

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І
МИСТЕЦТВ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ
ТА
АРТМЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТМЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему:

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКИЙ
РЕСУРС**

Виконала:

**студентка IV курсу, бакалаврату
група БКД-11-20з**

**спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності»**

Гула Анна Володимирівна

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

Воробйова Наталія Петрівна

Рецензент:

кандидат філософських наук, доцент

Бойко В'ячеслав Іванович

Допущено до захисту:

протокол засідання кафедри

№12 від 1 травня 2024 року

в.о. завідувача кафедри артменеджменту

та івент-технологій

_____ **Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА**

Київ – 2024

АНОТАЦІЯ

Об'єкт дослідження: розвиток соціальних мереж як інструменту для популяризації досягнень культури і науки та реалізації просвітницьких проєктів.

Предмет дослідження: особливості формування та розвитку соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу.

Мета дослідження: дослідити соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс.

У кваліфікаційній роботі досліджено сутність і потенціал соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу; розкрито переваги та недоліки впливу соціальних мереж на суспільство; виявлено, що соціальні мережі виконують важливу роль для реалізації культурних-просвітницьких проєктів, тим самим сприяючи популяризації культурних досягнень, наукових відкриттів та розвитку освітніх ініціатив; проаналізовано, що соціальні мережі стають важливим каналом для зміцнення комунікації між галузями культури та науки.

Автор зазначає, що соціальні мережі розширюють доступ до культурно-просвітницьких ресурсів, сприяючи культурному збагаченню та розвитку суспільства.

Ключові слова: соціальні мережі, культурні проєкти, віртуальна реальність, культурно-просвітницький ресурс.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ТА ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	7
1.1. Загальні характеристики соціальних мереж.....	7
1.2. Роль соціальних мереж у сучасному світі.....	11
1.3. Вплив соціальних мереж на соціум.....	18
<i>Висновок до першого розділу</i>	24
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНИХ ПРОЄКТІВ	26
2.1. Культурні якості спільнот та віртуальна реальність.....	26
2.2. Розвиток інтелектуальної взаємодії у соціальних мережах.....	30
2.3. Культурні проєкти як засіб виховання та просвітництва.....	37
<i>Висновок до другого розділу</i>	45
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ДОСЯГНЕНЬ КУЛЬТУРИ, НАУКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОСВІТНИЦЬКИХ ПРОЄКТІВ	46
3.1. Реалізація культурно-просвітницьких проєктів	46
3.2. Перспективи розвитку соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу.....	50
<i>Висновок до третього розділу</i>	55
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	60

ВСТУП

Актуальність дослідження. Соціальні мережі - феномен, який завдяки неухильно зростаючій популярності набуває останнім часом все більшої соціальної значимості. У 2023 році кількість користувачів соціальних мереж у світі перевищила 4,76 мільярда, в економічно розвинених країнах їх частка сягає 98-99% населення. Найбільш популярною з соціальних мереж в 2024 році залишається Facebook — найпопулярніша соцмережа у світі (кількість відвідувачів на місяць — 2,7 млрд користувачів), слідом йде YouTube (на місяць — 2,2 млрд користувачів). Соціальні мережі не тільки дозволяють людям оперативно зв'язуватися і спілкуватися між собою, а й дають можливість демонструвати іншим своє віртуальне «обличчя», побудоване як на реальних фактах, так і на уявленні індивіда про своє ідеальне Я. Трансляція через соцмережі інтересів і цінностей дозволяє користувачам одночасно рефлексувати власний образ, порівнювати його з іншими і коригувати згідно цілям і прагненням. Результатом цього процесу можуть ставати зміни в стилі і способі життя людини.

Способи і специфіка взаємодій в соціальних мережах все частіше стають предметом спеціального вивчення. Таким чином, проблемна область дослідження включає в себе дослідження соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу сучасного суспільства. Всебічний аналіз соціальних мереж, мережевої комунікації як феноменів сучасної соціальної реальності, визначення їх конструктивного потенціалу вимагають міждисциплінарного підходу і вивчення праць в галузі соціальної філософії, соціології, комунікаціології, соціології комунікації, когнітивістики і віртуалістики. Така постановка проблеми має науково-теоретичну і практичну значимість даного дослідження, що обумовлює вибір його теми.

Соціальні мережі - це онлайн платформи, де збирається аудиторія для спілкування, відпочинку або здобуття корисної інформації. Для бізнесу це важливий канал для просування товарів чи послуг. Аналіз класифікації соціальних мереж допоміг розділити їх за сферами використання: особисте

спілкування, розваги, вирішення питань (чати), пошук цікавої інформації. Для власників бізнесу вони є засобом просування товарів та послуг. Стрімкий розвиток соціальних мереж майже витіснив інформаційні джерела, такі як газети, журнали та блоги, оскільки вся необхідна інформація стала доступна на цих платформах, спрощуючи її сприйняття. Маркетологи використовують цей тренд і сформували новий напрямок маркетингу - SMM (Social Media Marketing).

Актуальність дослідження полягає також у тому, що сучасне життя важко уявити без використання Інтернету, зокрема соціальних мереж. Практично кожна людина на планеті активно користується Інтернетом у своєму повсякденному житті. За допомогою глобальної мережі ми маємо безліч переваг і економимо час, якщо використовуємо його розумно. У соціальних мережах ми можемо купувати товари, оплачувати рахунки за комунальні послуги та спілкуватися з людьми, пізнавати нове. І оскільки соціальні мережі все більше входять у наше повсякденне життя, вони постійно розвиваються і відкривають нові можливості. Вже зараз у сучасному світі за допомогою соціальних мереж можна популяризувати, примножувати культурну спадщину, розвивати творчі здібності, втілювати нові ідеї.

Мета дослідження – дослідити соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс.

Завдання дослідження обумовлені його метою:

- розглянути загальні характеристики соціальних мереж;
- проаналізувати роль соціальних мереж у сучасному світі;
- дослідити вплив соціальних мереж на соціум;
- розглянути культурні якості спільнот та віртуальну реальність;
- проаналізувати розвиток інтелектуальної взаємодії у соціальних мережах;
- простежити культурні проекти як засіб виховання та просвітництва;
- оцінити реалізацію культурно-просвітницьких проектів;

- означити перспективи розвитку соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу.

Об'єкт дослідження: розвиток соціальних мереж як інструменту для популяризації досягнень культури і науки та реалізації просвітницьких проєктів.

Предмет дослідження: особливості формування та розвитку соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу.

Практичне значення отриманих результатів. Практичне значення отриманих результатів полягає в доведенні, що соціальні мережі є важливим інструментом для популяризації досягнень культури і науки та реалізації просвітницьких проєктів. Використовуючи інтерактивні платформи можна зберігати культурну спадщину, примножувати свої знання та навички.

Апробацію результатів дослідження Апробацію здійснено шляхом оприлюднення досягнутих результатів на II Міжнародній науковій конференції «У ПОШУКУ НОВИХ СЕНСІВ ПОЛІКУЛЬТУРНОГО СВІТУ. ПОВОЄННИЙ ДІАЛОГ КУЛЬТУР» 16–17 травня 2024 р. Тема «Реалізація культурно-просвітницьких проєктів за допомогою соціальних мереж».

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, 8 підрозділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ТА ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Загальні характеристики соціальних мереж

Поняття "соціальна мережа", вже міцно увійшло в наше життя, вперше було використано на початку 30-х рр. ХХ ст. для пояснення способів спілкування і взаємодії всередині груп. Поняття, історія появи і розвитку соціальних мереж досить докладно описані в наукових статтях останніх років. Інтерес до цієї проблеми, дослідження різних ракурсів впливу соціальних мереж на всі сторони життя суспільства серед соціологів, психологів та представників інших соціальних і гуманітарних наук не згасає.

Принцип "соціальна мережа" ввів соціолог Джеймс Барнс задовго до появи Інтернету, ще в 1954 р. Тоді це поняття інтерпретувалося як соціальна структура, що складається з груп, які є соціальними об'єктами, і зв'язку між ними. Поняття "мережа" швидко увійшло в науковий обіг і стало використовуватися для позначення будь-яких відносин між людьми і їх об'єднаннями. З появою Інтернету концепція Джеймса Барнса стала набирати популярність. Вперше прообраз сучасних соціальних мереж - мережа Geocities - була запущена в 1994 р., а більш-менш схожий на сучасні соцмережі ресурс Classmates.com з'явився в 1995 р. в США. А починаючи з 2003 р. у світі і з 2006-2007 рр. в Україні захоплення соціальними мережами стало носити масовий характер. Починаючи з 2005 року, соціальні мережі почали набирати значної популярності по всьому світі. Тоді з'явилися платформи такі як «MySpace», «Facebook», «LinkedIn», «Twitter» [16, с. 172].

Звичайно, в останні десятиліття соціальні мережі зазнали істотних змін в частині цілей і характеру використання, але основний принцип їх існування залишився незмінним. І в зв'язку з цим ми можемо говорити про формування інтернет-культури як окремого типу культури сучасного суспільства зі своїми цінностями, нормами, мовою тощо. Соціальні мережі - це не тільки

майданчик для спілкування, а й глобальний простір для побудови комунікацій. Сьогодні соціальні мережі стали настільки потужними, що мають здатність впливати на створення іміджу цілих держав. В сучасній практиці брендингу територій існують успішні приклади країн, де уряди першими визнали ефективність соціальних мереж у маркетингу територій і використали цей інструмент у своїх стратегіях формування бренду [11, с. 21].

Інтернет сьогодні - це вже не просто засіб комунікації, це глобальне соціальне явище, результат економічної глобалізації. Сьогодні глобальна мережа все глибше проникає в наше життя.

Неважко помітити, що в світі, особливо в країнах з високим науково-технічним розвитком, інтереси людей перемістилися з реального буття в кіберпростір. Хоча кіберпростір вважається віртуальним, насправді він носить більш особистісний, «реальний» характер [3, с.383].

Соціальна мережа повинна надавати такі можливості: створення індивідуальних профілів, взаємодія користувачів, досягнення спільної мети шляхом кооперації, обмін ресурсами тощо.

Для успішного позиціонування та просування бренду необхідно чітко визначити цільову аудиторію та їх мотивації. Саме тому соціальні мережі можна класифікувати за наступними критеріями:

1. За метою спілкування:

- Соціальні мережі для підтримки особистісних зв'язків, такі як пошук друзів, однокласників, колег.
- Соціальні мережі для підтримки професійних зв'язків, де можна знайти роботу, партнерів або сформувати персональний імідж.
- Соціальні мережі з розважальним контентом, такі як аудіо, відео, фотоконтент.

2. За географічними ознаками:

- Міжнародні соціальні мережі, що охоплюють аудиторію з усього світу, такі як «Facebook», «Twitter».

- Локальні соціальні мережі, призначені для аудиторії певної країни або регіону, наприклад, для країн СНД.
- Національні соціальні мережі, які спеціалізуються на вітчизняних користувачах, такі як «Friends.ua», «Українські науковці у світі», «Politiko» для українських користувачів.

Соціальні мережі змінили структуру медіакомунікацій і медіаспоживання. З одного боку, це досягнення людської цивілізації, з іншого боку, дані численних досліджень і спостережень говорять про те, що соціальні мережі можуть стати глобальним медіакомунікаційним фундаментом розвитку «мережевої культури», всеохоплюючого розважального контенту - ентертейнменту як соціокультурної основи нового цифрового суспільства, здатні вплинути на соціокультурний стан суспільства, можливо, змінити конфігурацію соціальних відносин, трансформувати культурні норми і духовно-моральні цінності [1, с. 92].

Кіберпростір проникло в усі сторони суспільного життя, а також у внутрішній світ людини. Віртуальний світ довів, що людське спілкування можливе поза простором і часом. У цьому сенсі віртуальної реальності дає осмислення сучасна філософія, формуючи нові підходи до розуміння простору і часу. Соціальна психологія відзначає зміни, що відбулися в соціальній поведінці сучасної людини. Інтернет-користувач охоче ділиться особистою інформацією, його особистий профіль відкритий для всіх, сліди, залишені в Інтернет-просторі, не зникають з часом, приватність відійшла на задній план, все це ставить під загрозу приватне життя людини. Однак "сама можливість транслювати в прямому ефірі події власного життя привертає увагу сучасної молодіжної аудиторії до соціальної мережі" [5, С.205].

Є ще один аспект Інтернету, відсутній в реальному житті, - це можливість розмноження своєї особистості, уявлення себе від імені багатьох особистостей (аватари, клони і подібні речі). Крім того, мати акаунти в різних соціальних мережах - звичайна справа. Це ще одна небезпека

віртуального світу, яка впливає на світогляд і веде до погіршення людського спілкування. Всі ці зауваження відносяться як до простору Інтернету в цілому, так і до соціальних мереж зокрема. А таких ресурсів в мережі Інтернет велика кількість. "Соціальна мережа в загальному випадку розглядається як система, яка спрямована на побудову спільнот в Інтернеті з людей зі схожими інтересами або діяльністю» [2, с.39].

Останні дані дослідження компанії Nielson показують, що соціальні мережі стають основними платформами для генерації та поширення новин. Швидкість поширення інформації, можливість надсилати прямі повідомлення та отримувати миттєвий зворотній зв'язок надають соціальним мережам унікальні переваги перед іншими засобами масової інформації.

Останні дані свідчать, що кожен третій українець користується соціальними мережами, а п'яту частину часу, проведеного в Інтернеті, вони витрачають на ці мережі. Сучасні технології інформації виявляють нові тенденції у розвитку соціальних мереж:

- поява інтегрованого інтерактивного зв'язку в соціальних мережах;
- адаптація соціальних мереж до нових комп'ютерів та операційних систем, зокрема, збільшення мобільності та доступності;
- конкуренція між існуючими та новими соціальними мережами, що призводить до появи нових конкурентних можливостей;
- підвищення жорсткості політики реєстрації, що призводить до більшої відповідальності з боку користувачів;
- зростання економічного впливу соціальних мереж, наприклад, у 2023 році загальна сума товарів та послуг, які українці придбали в інтернеті, сягнула 182 млрд грн, що на 21% більше, ніж торік [3, с. 386].

Отже, можна підсумувати, що соціальні мережі стали надзвичайно потужним та багатофункціональним інструментом для просування будь-яких ідей, організацій, брендів та персоналій. Їх популярність і можливості стрімко зростають, що призводить до розвитку методик вивчення і аналізу соціальних мереж у соціології, психології, маркетингу, менеджменті та інших

галузях. Це відкриває нові перспективи для взаємодії з аудиторією та ефективного досягнення різноманітних цілей через цей інноваційний засіб комунікації.

1.2. Роль соціальних мереж у сучасному світі

За останні роки соціальні мережі стрімко і міцно увійшли в життя більшості сучасних людей. Включеність і заглибленість у віртуальний простір впливає на багато аспектів життя людини: фізичне і психічне здоров'я, взаємини з іншими людьми, самосприйняття, самовідношення, самооцінку і багато іншого.

Серед жителів України майже половина населення (47%) зареєстрована в соціальних мережах і проводить в них більше двох годин щодня [4]. Виникає питання, що ж мотивує людей реєструватися в соціальних мережах і проводити в них таку кількість часу?

Найбільш часто, досліджуючи психологічні чинники популярності соціальних мереж, вчені вивчають думки основної аудиторії подібних сайтів. Причини, які вони називають, можна визначити як мотиви, які спонукають користувачів звертатися до соціальних мереж. Слід враховувати, що вони охоплюють лише коло усвідомлюваних і не вичерпують всієї широти питання, і, тим не менш, дозволяють краще зрозуміти користувачів.

Інтернет-активність - це один з основних видів активностей сучасної людини і найактивніша група в Інтернет-просторі - це молодь. Є безперечним той факт, що у молодих людей більшу частину проведеного часу в Інтернеті займає перегляд соціальних мереж [10]. Молоді люди не уявляють свого життя без соціальних мереж, вони замінили для них традиційні соціальні інститути - сім'ю, школу, релігію і стали, по суті, основним інститутом соціалізації. У чому ж полягає основна причина популярності соціальних мереж у молодого покоління, що доходить часом до залежності? На думку

психологів, основною причиною є відсутність бар'єру особистого спілкування, труднощів встановлення особистого контакту у молодих людей, що володіють низькою самооцінкою. Віртуальне спілкування на відміну від реального може бути анонімним і знімати дану проблему. За результатами різних досліджень, більше половини опитаних задовольняють свою потребу в спілкуванні за допомогою соціальних мереж [11, с.22]. Соціальна мережа наділяє користувачів можливістю необмеженої комунікації. Ще однією причиною популярності соціальних мереж є можливість отримати визнання, мовою інтернет-спільнот лайки, ретвіти, репости дають відчуття значущості, привабливості, інтересу для значущих інших. І третьою причиною популярності є виконання соціальними мережами чисто прагматичних функцій - здійснення покупок, обмін навчальними матеріалами, пошук роботи тощо.

Можна виділити дві групи мотивів, які властиві користувачем-підліткам: внутрішні і зовнішні. До внутрішніх мотивів відносять отримання інформації, накопичення соціального капіталу у вигляді знайомство. До зовнішніх мотивів відносять бажання утвердитися за рахунок кількості друзів і отримання статусу в референтній групі за рахунок реєстрації в популярній соціальній мережі.

Сучасне суспільство і комунікації в ньому вже складно уявити без віртуального простору в цілому і Інтернету і соціальних мереж зокрема. При цьому даний вид взаємодії постійно розвивається. Аудиторію в 50 млн осіб радіостанції досягли за 38 років, телебачення - за 13 років, Інтернет - через 4 роки, а Facebook створив навколо себе 100-мільйонну мережу учасників менше ніж за 9 місяців [14, с. 77]. Такі показники включеності людей в Інтернет-комунікації не можуть не залишити свій слід на різних аспектах життя людини. Можна виділити характерні особливості Інтернет-спілкування:

- віртуальність, за допомогою якої даний простір різними техніками замінює реальний світ;

- інтерактивність, за допомогою якої соціальна мережа здатна підлаштуватися під будь-якого користувача;
- сильне переважання текстів, надмірність текстової інформації, яку, однак, кожен користувач може контролювати в залежності від своїх уподобань;
- глобальність, що позначає можливість самостійного регулювання свого простору в соціальній мережі;
- креативність, завдяки якій користувач може обирати нові засоби по використанню свого аккаунта;
- анонімність - можливість дотримуватися конфіденційності у віртуальному просторі;
- хаотичність, тобто відсутність чіткої структури та ієрархії в інтернет-спільноті [3].

Соціальна мережа - це спільнота у віртуальному середовищі людей, згуртованих за яким-небудь принципом на основі однієї платформи, яка і позначається як соціальна мережа [4, с. 29].

Можна виділити наступні критерії соціальної мережі як окремого ресурсу:

- можливість створення власного аккаунта, що зберігає особисту інформацію про людину (ім'я, сімейний статус, місто проживання, освіта, інтереси та інші соціально-демографічні характеристики);
- можливість взаємодії учасників віртуального простору (через доступ до профілів один одного, особисті повідомлення, коментарі, так звані "подарунки" та ін.);
- можливість реалізації власних планів та ідей (наприклад, пошук нових друзів, створення тематичних груп за інтересами та ін.);
- можливість обміну ресурсами (наприклад, відео - і фотоматеріалів);
- можливість задоволення потреб за рахунок накопичення ресурсів.

Соціальні мережі є значущим інструментом соціалізації. За даними досліджень - 78% досліджених користувачів підліткового віку проводять в

Інтернеті від 2 до 6 годин щодня, а віртуальний простір виконує безліч функцій, серед яких можна виділити інформаційну та розважальну, простір для спілкування і самовираження, простір для професійної та комерційної діяльності [16, с. 172].

Останні дані свідчать, що 100% інтернет-користувачів використовують соціальні мережі. Facebook очолює рейтинг найпопулярніших соцмереж у всьому світі з понад 2,95 мільярда активних користувачів на місяць. Це підтверджує, що соціальні мережі мають значний вплив на переконання своїх користувачів. Сучасний світовий соціокультурний простір побудований на мережевих принципах, де переважають горизонтальна організація, відсутність ієрархії та висока адаптивність до змін. Мережеві структури здатні саморегулюватись і самоорганізовуватись, що відрізняє їх від традиційних ієрархічних систем. Соціальні мережі, які надають доступ до інформації, взаємодіють із своїми користувачами, сприяють формуванню соціокультурної солідарності та розвитку інформаційної компетентності особистості. Інтерактивність та мультифункціональність соціальних мереж стимулюють ефективну комунікацію та сприяють зростанню інформаційної культури суспільства.

В. Веcker (1997) писав, що віртуальний простір - це шанс кожного учасника даної спільноти регулювати думку про себе. Так, наприклад, головна мета картинки в акаунті в соціальній мережі- «рекламна»: звернути увагу інших членів інтернет-спільноти на себе [20].

Головні мотиви включеності у віртуальний простір молодших школярів-висока потреба в соціальних контактах і низький соціальний статус у референтній групі однолітків [18, с. 651].

Також соціальні мережі розглядаються і з точки зору ресурсів, як про засіб профорієнтації, за допомогою якого освітні установи можуть розвивати і просувати свій бренд, формувати позитивну думку про організацію, працювати з абітурієнтами та іншою цільовою аудиторією

Соціальні мережі є принципово новим видом комунікацій, віртуальним засобом масової комунікації, який володіє рядом особливостей і переваг:

- комунікація відбувається за допомогою технічних пристосувань;
- можливість взаємодії різних численних соціальних груп;
- основна мета простору - саме спілкування;
- спілкування розглядається як налагоджений і систематизований процес;
- між учасниками спілкування може бути відсутнім безпосередній зв'язок;
- особливе зобов'язання до дотримання встановлених правил і норм;
- чіткий напрямок інформації та прийняття ролей у спілкуванні;
- груповий характер спілкування;
- аудиторія є за своєю специфікою конфіденційною, мозаїчною, випадково зібраною масою користувачів;
- регулярність і затребуваність опублікованих повідомлень.

Всього можна виокремити дванадцять основних мотивів: мотив спілкування, або комунікативний мотив (спосіб завжди залишатися на зв'язку; спосіб уникнути самотності), пізнавальний мотив (легко залишатися в курсі подій з життя друзів; можна швидко знайти потрібну інформацію), мотив афіліації (приналежність до групи), мотив рекреації (соціальні мережі допомагають скоротати час; дозволяють розслабитися після будь-якої роботи), мотив самореалізації (в соціальних мережах простіше проявити свою індивідуальність; легше домогтися успіху і; простіше, ніж в реальному житті, висловити свою думку про що-небудь), мотив самоствердження (в соціальних мережах можна безкарно робити те, що неприпустимо в реальному житті), мода (це модно), корпоративний мотив (легше знайти компанію для реалізації будь-якого проекту), ігровий мотив (у віртуальному світі можна бути ким завгодно), можливість горизонтальних зв'язків (в соціальних мережах можна спілкуватися з «зірками» і стежити за їх життям),

любовний мотив (пошук коханої людини), меркантильний мотив (пошук способів вирішення повсякденних проблем) [2].

Соціальні мережі тісно пов'язані з культурою та медіа, оскільки культура значною мірою залежить від медіаінформації, яка передається людям. Кожна мережева структура має свій власний культурний вимір, який складається з різних цінностей та проєктів. Ця багатовимірна віртуальна культура є результатом взаємодії соціальних чинників та цифрових технологій, які забезпечують транскордонність.

Національні традиції, вірування та норми, що роблять народи унікальними, цінуються в усьому світі, а соціальні мережі об'єднують людей, незалежно від географічних кордонів. Це сприяє виникненню «глобального села», як описував Маршалл Маклюен. Соціальні мережі допомагають людям під час міжкультурної адаптації дізнаватися про інші країни, налагоджувати стосунки та бути в курсі подій у своїх рідних країнах [11, с. 23].

Вплив соціальних мереж на культуру очевидний. Вони змінили спосіб спілкування, побудови стосунків, споживання інформації та прийняття рішень. Соціальні мережі суттєво впливають на міжкультурну адаптацію та створюють взаємовплив з культурою, що визначає сучасний соціокультурний простір.

Соціальні мережі суттєво змінили спосіб взаємодії людей, дозволяючи їм зв'язуватися з представниками різних культур та з усього світу. Це призвело до переосмислення способу спілкування та обміну інформацією, збільшивши кількість обговорень і дебатів на різноманітні теми. Крім того, соціальні мережі дозволили людям кинути виклик традиційним соціальним нормам.

За допомогою соціальних мереж люди також переглядають своє ставлення до себе та своїх стосунків з іншими. Вони надають можливість взаємодіяти у віртуальному просторі, що може призвести до формування персонально-анонімних форм спілкування. У такому віртуальному

середовищі соціальні зв'язки можуть бути менш особистими та більш легко зриватися. Недоліком є відсутність несловесних елементів комунікації, таких як жести, міміка та інтонація, що робить мережеве спілкування більш складним та вимагає від користувачів вміння будувати складні комунікативні форми [9].

Сьогодні соціальні мережі значно впливають на життя людей, дозволяючи їм вільно ділитися особистою інформацією та думками. Це може вплинути як позитивно, так і негативно на самооцінку особистості. Крім того, можливість спілкуватися з людьми з різних країн може викликати почуття самотності та ізоляції, якщо не керувати цим процесом належним чином.

Соціальні мережі також змінили спосіб, у який люди споживають новини та медіа. З одного боку, це може призводити до поширення дезінформації та пропаганди, оскільки люди частіше отримують новини з соціальних мереж. З іншого боку, ці платформи можуть надавати інформацію, щоб покращити координацію щодо соціальних норм чи дій, створюючи загальновідомі факти.

Так соціальні мережі справді впливають на спосіб мислення та життя людей, сприяючи формуванню нових переконань та перетворенню особистості. Вони можуть допомагати розуміти різні точки зору та культурні цінності, а також сприяти зміні гендерних ролей, расових та релігійних поглядів.

Проте важливо зазначити, що виробники медіа-контенту часто мають свої соціальні інтереси, тож можуть пропонувати медіа-контент, спрямований на просування певних поглядів або ідеологій. Це може призводити до поширення пропагандистського контенту, який спотворює правду та намагається переконати аудиторію в ідеологічних, політичних або комерційних цілях [7].

Отже, хоча соціальні мережі можуть бути корисним інструментом для обміну думками та ідеями, важливо критично оцінювати інформацію, що

надходить з цих джерел, і розуміти, як вона може впливати на наше сприйняття світу.

Соціальні мережі мають значний вплив на різні аспекти людського життя, такі як рішення, цінності, індивідуальні погляди та переконання. Вони можуть впливати на сприйняття соціальних норм та формувати різні типи історій та подій. Крім того, соціальні мережі можуть бути ефективним інструментом для розвитку міжкультурної комунікації, надаючи можливість вільного спілкування та відкриття для себе міжкультурних цінностей.

1.3. Вплив соціальних мереж на соціум

Соціальні мережі значно вплинули на розвиток електронної торгівлі. Зростання соціальних мереж пов'язаний зі збільшенням попиту на соціальні мережі з боку комерційних підприємств, які стали і рекламодавцями, і безпосередніми користувачами соціальних мереж, формуючи всередині мереж власні групи співробітників, лояльних споживачів їх товарів і послуг; комерційні організації використовують мережі як інструмент аналізу даних, споживчих переваг, вивчення своїх товарів і послуг, як інструмент маркетингу. У сучасній комерції дані соціальних мереж стали найважливішим інструментом для бізнесу і ідеальним майданчиком для онлайн торгівлі. Користувачі отримують доступ до величезного ринку товарів і послуг безпосередньо в мережах, можуть швидко і зручно вибирати, порівнювати, замовляти, купувати з доставкою товари і послуги. Наприклад, під час пандемії коронавірусу, Facebook запустив безкоштовний сервіс Facebook Shops із завданням підтримати малий і середній бізнес в період обмежень, дати йому можливість продовжити роботу, відкривши на платформі свої віртуальні магазини. При цьому сервіс був адаптований до існуючих в торгівлі програм і дозволяв імпортувати прайс-листи, списки і каталоги товарів, асортимент тощо. Tik-Tok також перетворюється з соціальної мережі, спеціалізованої на коротких вертикальних відео, в

комерційно орієнтовану соціальну мережу, що має можливості по просуванню товарів і послуг, в тому числі через стрімінгові трансляції. Користувачі TikTok мають можливість скористатися кнопкою "shop now" ("купи зараз") і відразу перейти до покупки товару, який їх зацікавив. Соціальна мережа Pinterest таргетувала свій e-commerce на пропозиції користувачам нових брендів. Китайці просувають успішний сервіс по e-commerce в WeChat. Вже зараз половина користувачів соціальних мереж регулярно беруть участь в електронній торгівлі і далі цей напрямок буде тільки збільшуватися. Більшість користувачів стане одночасно постійними онлайн споживачами [10, с. 64-65].

Соціальні мережі зараз активно працюють на пошуковому полі. Якщо раніше у пошукових систем (Google, Yahoo etc.) була чітко виражена спеціалізація, то зараз сферу пошуку активно освоюють соціальні мережі. У найближчому майбутньому на сторінках видачі пошукових сервісів будуть не великі, офіційні інтернет-портали, а , наприклад, свіжі відео з YouTube. Пошук стане невід'ємною частиною соціальних мереж і більшість користувачів будуть користуватися його розширеною, більш досконалою версією, коли здійснення пошуку за запитом буде здійснюватися не одним механізмом штучного інтелекту певного пошукового сервісу, а паралельно відразу декількома механізмами штучного інтелекту декількох соціальних мереж одночасно з обробкою запиту через доступні дані спеціалізованих груп користувачів і підключених до мереж баз даних тематичних організацій і компаній.

Також соціальні мережі здійснюють свій вплив на розвиток користувацького контенту (створеного користувачем) [11, с. 23].

В даний час для користувачів існують різноманітні можливості по створенню і розміщенню власного контенту. Ці можливості будуть зростати. Користувач зможе створювати більш складні продукти, ніж просто відеоролики, аудіозаписи, фотографії, малюнки і текстові повідомлення. Вже зараз існують гібридні форми контенту, блогери створюють власні ігри для

сторіс з елементами доповненої реальності. Найближчим часом більшість користувачів зможе самостійно виробляти за допомогою віртуальної реальності кінофільми, ігри, створювати інформаційний і розважальний контент, який можна прирівняти до того, що зараз роблять медіакомпанії і кіностудії. Масове виробництво користувацького контенту з переходом на значно вищий рівень якості та розповсюдження змінить медіаспоживання в усьому світі.

Соціальні мережі в найближчому майбутньому будуть володіти універсальним набором сервісів, які поступово перейдуть на єдині стандарти. Так, в процесі розвитку смартфонів існувало багато відмінностей, в тому числі в операційних системах. Зараз цей ринок універсалізувався до двох основних операційних систем: Андроїд і iOS. При цьому навіть ці дві американські системи поступово адаптувалися один до одного і на споживчому рівні стали дуже схожі. Ті ж процеси відбуваються і за іншими напрямками технологічного розвитку. Якщо розглядати приклад зі смартфонами, з 2024 року Apple переходить на єдиний стандарт зарядних пристроїв-Type-C. Тепер практично всі смартфони незалежно від країни виробництва, операційної системи, потужності і якості матимуть єдиний стандартний кабель для зарядки. Аналогічні процеси будуть проходити в соціальних мережах. Можна буде користуватися різними месенджерами, але інформація буде надходити в єдину систему отримання і обробки повідомлень, всі соціальні мережі будуть мати можливість створення і пересилання контенту в будь-якій формі (відео, аудіо, фото, малюнок, текст) в будь-яку мережу. Користувач зможе отримати повідомлення, наприклад, з WhatsApp, відповісти через Telegram, скопіювати в Viber і поділитися повідомленням в Instagram. Не потрібно буде мати десять "іконок" на телефоні - весь контент можна буде розподілити по заздалегідь зручним персональним налаштуванням, наприклад, по конкретним користувачам або виду контенту. Наприклад, можна буде збирати будь-яку інформацію і будь-який контент з різних соціальних мереж по одній людині в окрему папку або

в окрему папку збирати тематичний відеоконтент від різних користувачів. Універсалізація і взаємодоповнюваність дозволить упорядкувати, оптимізувати, систематизувати величезний потік інформаційного, робочого, розважального контенту, який вже як снігова лавина виріс до масштабів, несумісних з фізичними можливостями людини по перегляду і прослуховування [8, с. 43].

Розвиток персоніфікованого контенту і його доставка конкретному користувачеві вже зараз відбувається на основі обробки персональних даних штучним інтелектом (ШІ) соціальних мереж. Задіяні в цьому процес рекомендаційні алгоритми будуть ще ретельніше і швидше реагувати на побажання користувача. Одночасно з цим значно зросте вплив на цільові групи (таргетинг), при цьому персоніфікація і таргетинг стануть значно дешевше і ближче один до одного. Таргетування завжди використовувалося в рекламі і маркетингу, але саме Інтернет і соціальні мережі дозволять довести цей процес до найбільш ефективного стану. Вже зараз Facebook використовує 52 тисячі параметрів даних для кожного користувача. Таким чином таргетинг наблизиться до персоніфікованого рекламного впливу за аналогією з персоніфікованим контентом. І хоча Марк Цукерберг обіцяв не використовувати ряд параметрів (політична позиція, сексуальна орієнтація, релігійні переконання, расова приналежність і національна ідентифікація), ШІ продовжить використовувати всі ці параметри.

Розвиток соціальних мереж дозволить за допомогою спеціального обладнання занурюватися у віртуальну реальність частково (доповнена реальність, від англ. augmented reality, AR) або повністю (віртуальна реальність, від англ. virtual reality, VR або розширена реальність, від англ. extended reality, ER). Соціальні мережі з такими можливостями ще називають імерсивними (від англ. immerse-занурювати). Введення в широке використання цих термінів зажадало також створення визначення звичайної (офлайн) реальності, в якій ми зараз існуємо (реальна реальність, від англ. real reality, RR). Вже зараз користувачам доступні окремі елементи занурення

у віртуальний світ - віртуальне зображення, звук і тактильні відчуття. У найближчому майбутньому технології дозволять впливати на всі органи чуття користувача і повністю занурювати його у віртуальний контент імерсивних соціальних мереж. Розвиток віртуальної реальності створить новий ринок віртуальних речей, в якому будуть продаватися шоломи, окуляри, рукавички, маски, фільтри, екзоскелети, VR крісла, навушники, спеціальний одяг тощо. Віртуальна реальність змінить підходи до просування і продажу товарів і послуг, зробить цей процес індивідуальним, виникнуть нові форми фінансових, в тому числі кредитних відносин. Віртуальна реальність змінить ігровий ринок, в нових онлайн іграх користувачі будуть брати віртуальну участь, порівнянне зі справжньою (реальною) реальністю (RR). Віртуальна реальність повністю змінить фармацевтичний ринок, прискорить створення і впровадження нових лікарських препаратів [10, с. 68].

Крім того, соціальні мережі продовжують впливати на розвиток сервісів індивідуальних знайомств. Такого роду послуги в різному вигляді існують у багатьох соціальних мережах. З розвитком ШІ використання віртуальної реальності змінить особисті контакти багатьох користувачів, яким буде цілком достатньо віртуальних контактів. При цьому технологічно соціальні мережі досягнуть такого рівня, коли користувач зможе вибирати між знайомством з реальною людиною або з тим віртуальним чином, який створений штучним інтелектом спеціально для користувача на основі численних користувацьких уподобань і очікувань [6].

Розвиток соціальних мереж призведе до появи персональних віртуальних помічників. Зараз на базі ШІ малий і середній бізнес, обмежений в ресурсах на рекламну підтримку і найм персоналу, активно використовує ботів, які допомагають цілодобово обслуговувати клієнтів, взаємодіяти з ними, надавати їм допомогу в простих запитах і проблемах. У соціальних мережах вже з'являються боти-інфлюенсери, які пропонують товари і послуги. Боти-інфлюенсери мають мільйонні аудиторії і стають популярними

в Європі і США. Боти-інфлюенсери зможуть скласти конкуренцію справжнім блогерам. Надалі ця технологія стане доступною для більшості користувачів, які за допомогою віртуальних помічників (ботів) зможуть оптимізувати свій власний час, наприклад, віртуальний помічник, тренер-бот, нагадає і проведе тренування, а віртуальний репетитор допоможе в підготовці до іспитів. Разом з персональними ботами буде розвиватися ринок віртуальних робочих послуг, тобто користувач фізична або юридична особа зможе «найняти» бота-менеджера по роботі з клієнтами, секретаря, перекладача, т. д. Особистий "асистент" буде виступати в ролі будильника, нагадувати про зустрічі і події, проводити частину цих зустрічей. У більшості користувачів може з'явитися можливість мати особистого або сімейного «лікаря», який зможе зберігати, обробляти і використовувати дані про ваше здоров'я, про всі хвороби і недуги для профілактики здоров'я і лікування. Той же самий або інший бот зможе скласти користувачеві індивідуальне меню на підставі даних про здоров'я і генетичні схильності тощо [3, с. 395].

Більшість соціальних мереж будуть пропонувати все більш широкий і різноманітний контент розважального характеру. Перш за все, стрімінгове і нон-стрімінгове відео різної тривалості. Основний елемент відео розваг - це короткі відео. Продовжиться зростання еротичного і порнографічного контенту. Відео контент буде активно розвиватися і в бік створення кінофільмів з інтерактивними фільмами і серіалами, а розвиток сюжетів визначатимуть самі користувачі-глядачі. У відео контенті продовжить рости частка порно, еротики, сексу, також продовжить зростання ринок онлайн-геймінгу, ігри стануть більш інтерактивними з елементами доповненої реальності, а в перспективі - геймінг стане віртуальним з повним зануренням користувачів в гру. Розвиток ентертейнменту є головним напрямком розвитку соціальних мереж, змушуючи користувачів проводити все більше і більше часу в мережах. Прихід віртуальної реальності дозволить користувачам повністю занурюватися у віртуальні світи. Ентертейнмент претендує на весь час користувачів. Зараз середній користувач в світі

проводить в соціальних мережах 147 хвилин кожен день. Ще два роки тому цей показник був на годину менше [15, с. 25].

Рекламні витрати в соціальних мережах також стрімко зростають. При цьому розвиваються рекламні можливості мереж. Це і медіа реклама (перформанс (performance), оптимізація (SEO), розміщення онлайн відео (OLV), контекстна реклама (context), таргетована реклама (targeting), програматик (programmatic), т. д. і нон-медіа реклама (креатив, стратегія, комплексна інтернет-підтримка, підтримка сайтів, розробка мобільних додатків, виробництво контенту, підтримка груп в соціальних медіа, робота з інфлюенсерами, робота з агентами впливу, моніторинг і реагування, CRM/Цифрові промо компанії, WEB виробництво (web production), відео виробництво (video production), аналітика, AR/VR, голосові інтерфейси, т.д.) [15, с. 26].

На думку експертів в 2026 році сукупні рекламні витрати в соціальних мережах можуть досягти понад 800 млрд доларів, що, автоматично, робить соціальні мережі головним рекламним носієм. Розвиток соціальних мереж активно продовжиться, всі фактори говорять про це, основні міжнародні гіганти (Facebook, Instagram, Snapchat, etc.) в найближчому майбутньому тільки посилять свої позиції. Численні нові функції, новий контент і віртуальна реальність дозволять соціальним мережам зміцнити свою монопольне становище в області соціокультурних і медіакомунікацій і ще більше розширити свій вплив на всі сфери життєдіяльності, особливо в області електронної торгівлі (e-commers), надаючи споживачем максимально вигідні та зручні форми покупки і доставки товару. Відповідно, виробники товарів і послуг ще більше уваги приділятимуть соціальним мережам, адаптуючи свої маркетингові плани під ті зміни, які відбуваються в мережах.

Висновок до першого розділу

Отже, соціальні мережі стають головним елементом сучасних комунікацій. Це вже відбулося в економічно розвинених державах, перш за

все, в США, ЄС та Китаї. Тому в цих країнах соціальні мережі та сервіси визначаються як самостійний вид комунікацій зі своїми користувачами, спеціалізацією та медіа бюджетами. Аналогічні процеси відбуваються і в Україні.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого життя. Ми проводимо багато часу, переглядаючи новини, спілкуючись з друзями, шукаємо натхнення, знання, розваги, і навіть шукаємо роботу.

Соціальні медіа можуть сприяти тривозі та депресії. Дослідження показують, що користувачі соціальних мереж, які проводять більше двох годин на день, мають більшу ймовірність відчувати почуття самотності, тривоги та депресії. Це може бути тому, що соціальні медіа змушують нас порівнювати своє життя з життям інших людей, які можуть показати лише свою найкращу сторону. Це може призвести до відчуття неповноцінності та недостатності.

Соціальні медіа також можуть збільшити ризик розвитку залежності. Користувачі можуть почати відчувати потребу постійно перевіряти свої облікові записи, щоб побачити, чи є нові повідомлення чи сповіщення. Це може стати звичкою і призвести до втрати часу та уваги на інші аспекти життя, такі як робота чи навчання.

Однак, соціальні мережі можуть мати і позитивний ефект на ментальне здоров'я. Наприклад, соціальні медіа можуть допомогти людям, які відчувають соціальну ізоляцію, знаходити та підтримувати контакти з іншими людьми. Вони також можуть надати доступ до груп підтримки та інформації про психічне здоров'я.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНИХ ПРОЄКТІВ

2.1. Культурні якості спільнот та віртуальна реальність

Соціальні мережі є одним з найбільш впливових та широко використовуваних інструментів комунікації в сучасному світі. Вони відіграють значну роль у культурному та просвітницькому контексті. Однак, важливо розглянути їхню актуальність як культурно-просвітницького ресурсу, оскільки вони не лише відображають сучасну культурну динаміку, а й активно впливають на формування культурних цінностей, ідентичності та сприйняття світу.

Спочатку слід зазначити, що соціальні мережі стали важливим майданчиком для вираження культурних уподобань, спільної творчості та обговорення культурних подій. Вони дозволяють користувачам об'єднуватися в спільноти за інтересами, ділитися мистецькими досягненнями, враженнями від культурних подій та виконувати різноманітні культурні проєкти. Наприклад, фан-сторінки письменників, художників чи музикантів у Facebook або Instagram стають платформою для обміну ідеями, створення творчих колективів та популяризації культурних творів.

Крім того, соціальні мережі активно використовуються для культурно-просвітницьких ініціатив, таких як організація віртуальних виставок, проведення вебінарів та лекцій на актуальні теми, спільні читання книг чи перегляди фільмів та обговорення їх в контексті сучасної культури. Завдяки цим заходам, користувачі можуть не лише розширювати свої знання в галузі мистецтва, літератури, кіно та музики, але й активно брати участь у культурному діалозі та співпраці.

Важливо зазначити, що соціальні мережі допомагають розширити доступність культурно-просвітницьких ресурсів, забезпечуючи можливість

отримання інформації та участі в культурних заходах незалежно від місцезнаходження або соціального статусу. Вони створюють віртуальний простір, де культурна спадщина стає доступною для широкої аудиторії, сприяючи культурному збагаченню та розвитку суспільства.

Віртуальна реальність представляє собою технологічно створений світ, який імітує досвід взаємодії з реальним чи уявним середовищем через сенсорні враження. Ця технологія використовує комп'ютерне моделювання та симуляцію, дозволяючи користувачам занурюватися у вигаданий або відтворений світ із можливістю взаємодії з ним. Віртуальна реальність охоплює широкий спектр застосувань, від ігрової індустрії та розваг до освіти, медицини, архітектури та військових тренувань, надаючи нові можливості для навчання, проєктування та випробувань у безпечному віртуальному просторі.

Основними компонентами віртуальної реальності є графічний інтерфейс, який створюється за допомогою комп'ютерної графіки та відображається на екрані або через спеціальний гарнітур, сенсорні системи для відстеження рухів користувача та відповідні механізми зворотного зв'язку, що забезпечують імітацію тактильних, зорових та аудіальних відчуттів. Сучасні технології віртуальної реальності дозволяють досягати високого рівня імерсії, коли користувач відчуває себе частиною віртуального середовища, забуваючи про фізичну реальність.

Розвиток віртуальної реальності відкриває нові горизонти у сфері освіти та навчання, дозволяючи створювати інтерактивні освітні програми, які забезпечують глибоке занурення в предмет вивчення та підвищують мотивацію учнів. У медицині віртуальна реальність застосовується для тренування хірургів, симуляції хірургічних процедур, лікування фобій та реабілітації пацієнтів. В архітектурі та проєктуванні ця технологія надає можливість візуалізації проєктів на ранніх етапах розробки, сприяючи кращому розумінню майбутньої конструкції.

Попри численні переваги, віртуальна реальність стикається з викликами, зокрема з необхідністю подолання фізичних обмежень людського сприйняття, зниження ризику віртуального запаморочення та розробки інтерфейсів, які б були інтуїтивно зрозумілими та зручними для користувачів різного віку та з різним рівнем технічної обізнаності. Крім того, існують питання етики та конфіденційності, пов'язані з використанням особистих даних та створенням цифрових двійників реальних людей.

Наукові дослідження в області віртуальної реальності продовжують розширювати можливості цієї технології, вивчаючи нові методи імерсії, розробляючи більш ефективні алгоритми обробки зображень та звуків, а також вдосконалюючи інтерфейси для взаємодії користувача з віртуальним світом. Перспективи розвитку віртуальної реальності обіцяють не лише нові рівні взаємодії з цифровим контентом, але й значний вплив на розвиток суспільства, освіти, культури та економіки, відкриваючи нові можливості для людської креативності та соціальної взаємодії [39, С.61-86].

Культурні якості спільнот та віртуальної реальності відіграють значну роль у формуванні соціальних взаємодій, ідентичності, сприйняття та поведінки людей, впливають на культурні норми та цінності. Віртуальна реальність, створює альтернативний простір, де культурні якості можуть бути моделювані, трансформовані та досліджені з нових перспектив. Вона надає користувачам можливість експериментувати з різними культурними ідентичностями, сценаріями та взаємодіями, що може призводити до створення нових форм культурного виразу та розширення границь існуючих культурних норм. Віртуальна реальність дозволяє людям з різних культурних та географічних контекстів взаємодіяти у спільних віртуальних просторах, сприяючи культурному обміну та міжкультурному розумінню. Однак, вона також ставить питання про автентичність культурного досвіду та можливість втрати культурної ідентичності через глобалізацію та комерціалізацію віртуальних світів [40, с. 89].

Віртуальна реальність може відображати та посилювати існуючі культурні практики, надаючи їм нових форм і контекстів. З іншого боку, вона може стимулювати культурні інновації, випробуваних у віртуальних середовищах.

Культурні спільноти та віртуальна реальності утворюють складну взаємодію, в якій культурні якості обох сфер впливають одна на одну, сприяючи еволюції культурних норм та цінностей. Цей процес не лише відкриває нові можливості для культурного розвитку, але й ставить перед суспільством виклики, пов'язані з забезпеченням культурної різноманітності та спадщини в умовах постійної трансформації реальності.

Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс відіграють важливу роль у формуванні та розвитку культурних якостей. Ці платформи стали місцем зустрічі різноманітних культурних виражень, ідей, цінностей та знань, що дозволяє їм слугувати мостом між традиційними культурними практиками та новітніми формами культурного обміну у віртуальному середовищі.

Соціальні мережі дозволяють користувачам ділитися знаннями, ідеями та культурними продуктами, що відображають широкий спектр людської діяльності та інтересів. Через ці платформи можлива взаємодія між різними культурними групами, сприяючи поширенню та збереженню культурних традицій. Соціальні мережі виступають як канал для трансляції культурних подій, літературних та мистецьких творів, наукових відкриттів, який відкриває доступ широкій аудиторії.

Віртуальна культура, що формується у соціальних мережах, характеризується гнучкістю та адаптивністю. Цифрові технології дозволяють створювати нові форми вираження та ідентичності, виходячи за межі традиційних культурних рамок. Соціальні мережі сприяють розвитку крос-культурного діалогу, змішування культурних форм і створення гібридних ідентичностей, відображаючи динамічність віртуальної реальності.

Освітня та просвітницька роль соціальних мереж полягає у можливості безперешкодного доступу до великої кількості інформації, знань та навчальних ресурсів. Платформи соціальних мереж стають інструментом неформальної освіти, де користувачі можуть навчатися, обмінюючись досвідом та ідеями. Це створює умови для культурного збагачення, самоосвіти та розвитку критичного мислення [59].

Попри позитивні аспекти, соціальні мережі також стикаються з викликами, пов'язаними з інформаційним шумом, поширенням неперевіреної інформації та кібербулінгом. Важливою є робота над створенням безпечного та позитивного онлайн-простору, де культурно-просвітницька роль соціальних мереж зможе реалізуватися в повному обсязі.

Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс відіграють ключову роль у формуванні культурних якостей, сприяючи культурному розвитку, обміну ідентичностями та поглибленню міжкультурного розуміння. Вони стають платформою для діалогу, навчання та культурного обміну, що відкриває нові можливості для освітньої та культурної інтеграції в глобалізованому світі.

2.2. Розвиток інтелектуальної взаємодії у соціальних мережах

Розвиток інтелектуальної взаємодії у соціальних мережах є важливим аспектом сучасного інформаційного суспільства, що сприяє обміну знаннями, ідеями та досвідом між користувачами з різних куточків світу. Цей процес передбачає використання соціальних мереж не лише як платформ для спілкування та розваг, але й як середовища для професійного зростання, наукових досліджень, критичного мислення та культурного обміну.

Соціальні мережі надають унікальні можливості для обміну знаннями та співпраці між фахівцями різних галузей. Платформи на кшталт LinkedIn [67], ResearchGate [73], та Academia.edu [61] спеціалізуються на

професійному та науковому спілкуванні, дозволяючи ділитися науковими публікаціями, дослідженнями та проєктами. Це сприяє не лише розвитку наукового співтовариства, але й поширенню інновацій та ідей між галузями, що веде до мультидисциплінарних досліджень та проєктів.

Соціальні мережі як Reddit [72], Quora [71] та спеціалізовані форуми надають простір для глибоких обговорень на різноманітні теми, від наукових питань до філософії. Участь у таких обговореннях дозволяє користувачам розвивати критичне мислення, аналітичні здібності та отримувати нові знання з перших рук.

Соціальні мережі також виступають в ролі платформ для поширення освітніх матеріалів та онлайн-курсів. Сайти як Coursera [62], Udeemy [74] та Khan Academy [65] використовують соціальні мережі для просування своїх курсів, що охоплюють широкий спектр тем, від мистецтва до космічних технологій. Це дозволяє користувачам не лише вдосконалювати свої професійні навички, але й розвивати особистісні інтереси.

Соціальні мережі сприяють інноваціям та творчості, надаючи можливість поділитися своїми ідеями та проєктами з широкою аудиторією. Платформи на кшталт Kickstarter [66] та Indiegogo [63] дозволяють реалізувати творчі та інноваційні проєкти за допомогою краудфандингу, а соціальні мережі виступають важливим каналом для залучення уваги та підтримки.

Розвиток інтелектуальної взаємодії у соціальних мережах також ставить питання етики, конфіденційності та відповідальності за поширення інформації. Важливо забезпечувати точність, перевіреність інформації та повагу до авторських прав, а також створювати безпечне середовище для обговорень та взаємодії.

У підсумку, соціальні мережі як інструмент інтелектуальної взаємодії відкривають нові горизонти для навчання, обміну знаннями та культурного розвитку. Вони надають унікальні можливості для професійного зростання, сприяють мультидисциплінарному співробітництву та інноваціям,

підкреслюючи значення відкритого обміну ідеями та знаннями в глобалізованому світі.

Українські соціальні мережі та платформи для обміну інформацією активно використовуються для інтелектуальної взаємодії, обміну знаннями, дослідженнями та ідеями.

Під час кризових ситуацій, таких як пандемія COVID-19 або воєнні дії, соціальні мережі в Україні відіграли важливу роль у координації допомоги та розподілі ресурсів. Форуми та спеціалізовані групи на платформах, як Facebook і Telegram, стали ефективними інструментами для мобілізації волонтерських зусиль, обміну важливою інформацією та забезпечення підтримки тим, хто цього найбільше потребує.

Під час пандемії COVID-19 українські соціальні мережі стали ключовим каналом для координації медичної допомоги. Спеціалізовані групи та форуми допомагали зібрати інформацію про потреби лікарень у засобах індивідуального захисту, медичному обладнанні та ліках. Волонтери та організації могли швидко реагувати на ці потреби, організовуючи збір коштів і закупівлю необхідного обладнання.

У соціальних мережах активно формувались ініціативи зі збору та розподілу продуктів харчування, гігієнічних засобів та інших необхідних товарів для людей, які опинились у складних умовах. Це стосувалось як міських мешканців, так і жителів прифронтових зон. Завдяки оперативному обміну інформацією через соціальні мережі, вдалось створити ефективну логістику постачання, забезпечуючи підтримку потребуючим.

Соціальні мережі дозволили швидко збирати волонтерські команди для реалізації різноманітних ініціатив. Це включало збір коштів, організацію виробництва засобів захисту, надання психологічної підтримки, інформаційну кампанію про заходи безпеки та багато іншого. Активна участь громадян і створення тематичних груп допомогли максимально ефективно використовувати наявні ресурси.

ResearchGate [73] та Academia.edu [61] є важливими ресурсами для наукової спільноти по всьому світу, включаючи Україну. Ці платформи надають унікальні можливості для науковців обмінюватися знаннями, публікувати результати своїх досліджень, а також спілкуватися та співпрацювати з колегами з різних країн.

ResearchGate [73] — це соціальна мережа, спеціалізована на наукових дослідженнях, яка дозволяє дослідникам публікувати свої роботи, знаходити потенційних співавторів та обговорювати наукові питання. Українські науковці активно використовують цей ресурс для підвищення видимості своїх досліджень на міжнародному рівні, пошуку актуальної наукової літератури та встановлення професійних контактів. Реєстрація на платформі та доступ до більшості функцій є безкоштовними, що робить її доступною для широкого кола дослідників.

Academia.edu [61] — ще одна популярна платформа, що надає науковцям можливість ділитися своїми науковими роботами та дослідженнями з колегами з усього світу. Сайт дозволяє користувачам завантажувати свої роботи, слідкувати за оновленнями у своїй галузі та отримувати зворотний зв'язок від інших науковців. Українські дослідники використовують Academia.edu для розширення своїх наукових мереж та залучення уваги до своїх досліджень на міжнародному рівні.

Завдяки таким платформам, як ResearchGate [73] та Academia.edu [61], українські науковці мають можливість співпрацювати з міжнародними дослідницькими групами, обмінюватися даними та науковими відкриттями, а також знаходити нові можливості для спільних проєктів. Це сприяє не тільки розвитку наукових досліджень в Україні, але й інтеграції української наукової спільноти у світовий науковий контекст.

Prometheus [70] є одним з провідних освітніх проєктів в Україні, який пропонує доступ до якісної освіти для кожного, хто має доступ до інтернету. Цей проєкт був заснований з метою демократизації освітнього процесу

шляхом надання безкоштовних онлайн-курсів, які розроблені ведучими викладачами та спеціалістами з різних галузей.

На Prometheus [70] можна знайти широкий спектр курсів, які охоплюють різні сфери знань — від гуманітарних наук, таких як історія та філософія, до технічних дисциплін, включаючи програмування, кібербезпеку, маркетинг та багато інших. Курси розроблені таким чином, щоб бути доступними для широкого кола слухачів, незалежно від їх попередньої підготовки чи рівня знань.

Prometheus активно використовує соціальні мережі для просування своїх курсів та залучення нових учнів. Через Facebook, Instagram, та Telegram канали проєкт анонсує нові курси, ділиться новинами та успіхами своїх студентів, а також організовує вебінари та інтерактивні зустрічі з викладачами. Це дозволяє створити спільноту однодумців, які цікавляться саморозвитком та прагнуть підвищити свій професійний рівень.

Крім традиційних відеоуроків та тестів, Prometheus організовує вебінари та інтерактивні зустрічі, на яких учні можуть поставити питання викладачам, обговорити складні теми та поділитися власним досвідом з іншими студентами. Це допомагає збільшити залученість учнів та покращити якість освіти.

Prometheus має значний вплив на освітню сферу в Україні, надаючи можливість тисячам людей отримати якісну освіту безкоштовно. Це особливо важливо для студентів, професіоналів, які прагнуть підвищити свої кваліфікації, а також для тих, хто не має можливості відвідувати традиційні навчальні заклади через фінансові обмеження чи географічне розташування.

Завдяки своїй відкритості, доступності та використанню новітніх технологій для навчання, Prometheus вносить значний вклад у розвиток освітньої сфери України, роблячи знання доступними для кожного [70].

Творчі та культурні ініціативи в соціальних мережах, зокрема у Facebook і через Telegram-канали, стають важливим елементом сучасної культурної сцени України. Ці платформи надають можливість для широкого

кола творчих особистостей ділитися своїми роботами, ідеями, а також для організації та анонсування культурних заходів, створюючи унікальне середовище для культурного діалогу та співпраці.

Facebook продовжує бути популярним серед українських користувачів, зокрема завдяки можливості створення спільнот з будь-якої тематики. Групи, присвячені літературі, можуть включати обговорення творів, рецензії, анонси літературних заходів або онлайн-зустрічі з авторами. Мистецькі спільноти часто використовуються для демонстрації арт-проектів, обговорення трендів у мистецтві, а також для пошуку однодумців для спільних проектів. Історичні групи зосереджуються на обговоренні історичних подій, культурної спадщини та збереженні історичної пам'яті.

Telegram-канали набувають все більшої популярності в Україні завдяки своїй зручності та можливості швидкого поширення інформації. Вони стають платформою для літературних ініціатив, де автори можуть публікувати власні твори або уривки з майбутніх книг. Мистецькі канали часто використовуються для демонстрації арт-робіт, оголошень про виставки та мистецькі події. Канали з історії пропонують занурення в історичні епохи, події та значущі фігури, сприяючи підвищенню історичної обізнаності серед читачів.

Завдяки цим платформам, організація та анонсування культурних подій стає доступнішим і зручнішим. Від літературних вечорів і книжкових ярмарків до арт-виставок та історичних лекцій, соціальні мережі дозволяють організаторам досягати широкої аудиторії, а учасникам — легко знаходити цікаві заходи навколо себе.

Через відкриті групи у Facebook і Telegram-канали формується важлива підтримка української культури, освіти і мистецтва. Ці ініціативи сприяють не лише збереженню та популяризації української культурної спадщини, але й стимулюють створення нових культурних форм і творів, відкриваючи нові можливості для творчого самовираження і культурного обміну.

LinkedIn [67] є однією з найбільш відомих та використовуваних професійних мереж на світовому ринку, що надає унікальні можливості для професіоналів з України та інших країн. Ця платформа дозволяє користувачам створювати професійні профілі, які відображають їхній досвід роботи, освіту, навички та досягнення. Метою LinkedIn є сприяння професійному спілкуванню, налагодженню ділових контактів, пошуку можливостей для кар'єрного розвитку та реалізації професійних проєктів.

LinkedIn дозволяє користувачам широко розширювати свій професійний кругозір, встановлюючи зв'язки з колегами по галузі, потенційними роботодавцями або співробітниками. Це забезпечується за допомогою функції "Connect", яка дозволяє додавати інших користувачів до свого професійного мережевого кола. Такий підхід сприяє обміну ідеями, досвідом та можливостями між професіоналами.

Користувачі можуть публікувати оновлення, статті, дослідження та інші професійні матеріали, що демонструють їхній досвід та знання в певній галузі. Це не лише сприяє обміну знаннями, але й підвищує професійний авторитет особи в її галузі.

LinkedIn є важливим інструментом для пошуку роботи та кар'єрного розвитку. Платформа містить розширені функції пошуку вакансій, що дозволяють користувачам фільтрувати можливості за галуззю, рівнем посади, місцезнаходженням тощо. Роботодавці, в свою чергу, використовують LinkedIn для пошуку кандидатів, аналізуючи їхні профілі, досвід роботи та професійні навички.

LinkedIn надає платформу для знаходження бізнес-партнерів, інвесторів або спонсорів для реалізації професійних проєктів. Професіонали можуть обговорювати ідеї проєктів у спеціалізованих групах або через прямі повідомлення, шукати потрібні ресурси та експертизу [67].

LinkedIn містить тисячі спеціалізованих груп, де користувачі можуть долучитися до дискусій на актуальні теми своєї галузі. Ці групи дозволяють

обмінюватися інсайтами, отримувати поради від досвідчених колег та обговорювати нові тенденції та виклики в індустрії.

LinkedIn, таким чином, є цінним ресурсом для українських професіоналів, що прагнуть розвивати свою кар'єру, розширювати професійні горизонти та вносити вклад у розвиток своєї галузі.

Ці приклади демонструють, як соціальні мережі сприяють інтелектуальному розвитку, культурному обміну та професійному зростанню в Україні, стаючи платформою для взаємодії між різними сферами суспільного життя.

2.3. Культурні проєкти як засіб виховання та просвітництва

Культурні проєкти відіграють ключову роль у виховному та просвітницькому процесах, сприяючи формуванню цінностей, розвитку критичного мислення та підвищенню культурної обізнаності. Через культурні ініціативи люди не лише дізнаються більше про мистецтво, історію та літературу, але й вчаться розуміти та цінувати різноманіття культурних практик і поглядів, що веде до більш толерантного та інклюзивного суспільства.

Виховний аспект культурних проєктів має фундаментальне значення для формування молодого покоління. Участь у культурних заходах та проєктах не тільки розширює світогляд молодих людей, але й активно впливає на розвиток їхніх особистісних якостей. Розглянемо детальніше, як саме це відбувається.

Культурні проєкти, як от театральні постановки та художні виставки, надають молоді унікальну можливість для самовираження. Через акторську гру, танець, живопис або музику, молоді люди можуть досліджувати та виражати свої емоції, думки та ідеї. Цей процес не тільки сприяє розвитку

креативності та фантазії, але й допомагає молоді краще зрозуміти себе та своє місце у світі.

Участь у колективних культурних проєктах, як-от організація концертів або виставок, вимагає від молоді вміння працювати в команді, налагоджувати ефективну взаємодію та вирішувати конфлікти. Це сприяє розвитку комунікативних навичок, вчить бути відповідальним за свою частину роботи та зрозуміти значення спільних зусиль для досягнення спільної мети.

Через вивчення літератури, історії, участь у театральних виставах або перегляд кінофільмів молодь вчиться розуміти та співчувати іншим людям, які можуть мати інший життєвий досвід або культурний контекст. Це сприяє формуванню емпатії, толерантності та поваги до різноманітності культурних традицій та цінностей.

У процесі участі в культурних проєктах молоді люди набувають важливі життєві навички та якості, такі як відповідальність за прийняті рішення, організованість у плануванні та виконанні проєктів, а також здатність до критичного аналізу отрошеного досвіду та інформації. Критичне мислення розвивається через аналіз художніх творів, історичних подій або літературних текстів, дозволяючи молоді формувати власні обґрунтовані думки та висловлювання.

Культурні проєкти часто включають в себе елементи дослідження та навчання, що спонукають молодь до глибшого занурення в конкретну тему. Це може бути вивчення історії мистецтва для підготовки виставки, вивчення музичної теорії для організації концерту або дослідження літературного контексту для театральної постановки. Такий підхід не лише розширює знання молодих людей, але й стимулює їхню інтелектуальну цікавість та бажання вчитися протягом усього життя.

Культурні проєкти дозволяють молоді зануритися в історію власної країни та дізнатися більше про національну ідентичність. Через екскурсії, історичні реконструкції, вивчення народних традицій та ремесел молоді

люди набувають почуття зв'язку з минулим та розуміння важливості збереження культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Виховний аспект культурних проєктів також включає в себе підтримку та розвиток творчого потенціалу молоді. Надаючи молодим людям можливості для експериментів та творчої самореалізації, такі проєкти сприяють формуванню впевненості у власних силах, готовності до ризику та інноваційного мислення.

У підсумку, культурні проєкти відіграють незамінну роль у вихованні молодого покоління, надаючи інструменти не лише для естетичного та культурного розвитку, але й для формування відповідальних, творчих та інтелектуально розвинених особистостей, готових до активної участі у житті суспільства.

Просвітницький аспект культурних проєктів відкриває безмежні можливості для підвищення культурного рівня суспільства та стимулювання інтелектуального розвитку окремих індивідів. Через використання інноваційних підходів до навчання та залучення аудиторії, такі проєкти сприяють кращому розумінню та цінуванню культурної спадщини, наукових досягнень та мистецтва.

Інтерактивні експозиції у музеях та імерсійні виставки створюють умови, за яких відвідувачі не просто споглядають експонати, але й стають активними учасниками освітнього процесу. Такі технології, як віртуальна та доповнена реальність, дозволяють зануритися в історичні події, відчувати атмосферу минулих епох або експериментувати з науковими явищами в інтерактивному форматі. Це не лише робить процес навчання більш захоплюючим, але й значно підвищує засвоєння матеріалу.

Розвиток цифрових технологій і інтернету сприяв появі безлічі онлайн-платформ, які пропонують безкоштовний доступ до освітніх курсів, лекцій, вебінарів та інших ресурсів з різноманітних галузей знань. Проєкти на кшталт MOOC (Massive Open Online Courses) [68] дозволяють людям з будь-

якої точки світу навчатися у ведучих університетів та інституцій. Це демократизує доступ до якісної освіти та сприяє поширенню знань.

Культурні фестивалі, кінофестивалі, літературні вечори та інші подібні заходи служать платформою для обговорення актуальних суспільних питань, обміну думками та ідеями. Вони залучають увагу до сучасного мистецтва, наукових відкриттів, історичних досліджень та філософських концепцій, стимулюючи публіку до самоосвіти та саморозвитку.

Мистецтво може служити потужним засобом соціального та культурного просвітництва, висвітлюючи важливі теми, викликаючи емоційний відгук і стимулюючи до рефлексії. Театральні постановки, художні інсталяції, літературні твори та кінопроекти можуть викликати суспільну дискусію, змінювати громадську думку та сприяти культурному збагаченню.

Отже, культурні проекти як засіб просвітництва відіграють незамінну роль у розвитку освіченого, відкритого та толерантного суспільства. Вони сприяють не лише культурному та інтелектуальному зростанню індивідів, але й формують основу для взаєморозуміння та співпраці між різними культурами та спільнотами.

Інтернет та цифрові технології відкривають нові можливості для реалізації культурних проектів. Онлайн-платформи та соціальні мережі стають простором для віртуальних виставок, онлайн-курсів з мистецтва та культури, вебінарів і майстер-класів. Такі проекти надають доступ до культурних ресурсів широкому колу людей, незалежно від їхнього місцезнаходження або фізичних можливостей.

Приклади культурних проектів:

1. Літературні фестивалі – популяризація читання, зустрічі з авторами, обговорення актуальних соціальних тем через призму літератури. В Україні літературні фестивалі активно розвиваються та залучають увагу не лише читачів, але й письменників, перекладачів, критиків і всіх, хто цікавиться літературою та культурою загалом. Ось кілька видатних прикладів:

– форум видавців у Львові [58] це один з найбільших літературних та культурних фестивалів в Україні, що щорічно відбувається у Львові. Форум збирає видавців, письменників, поетів, перекладачів і читачів з усієї країни та світу. У рамках заходу проходять презентації книг, літературні читання, дискусії, майстер-класи та зустрічі з авторами. Форум є важливою подією для обміну думками, ідеями та досвідом у сфері літератури та видавничої справи.

– міжнародний літературний фестиваль "Меридіани Поезії" [42] – цей фестиваль зосереджений на поезії та залучає відомих та початківців поетів з України та інших країн. Учасники мають змогу виступити перед аудиторією, взяти участь у літературних читаннях та обговореннях. "Меридіани Поезії" сприяють популяризації поетичного слова та відкривають нові імена в українській та світовій поезії.

– книжковий Арсенал [33] – цей фестиваль є одним з найбільш значущих культурних подій в Україні, що об'єднує літературу з іншими видами мистецтва, такими як музика, кіно, театр та візуальне мистецтво. Книжковий Арсенал відомий своєю широкою програмою, яка включає презентації книг, дискусії на актуальні теми, виставки, концерти та театральні постановки. Фестиваль є місцем зустрічі видавців, письменників та читачів, сприяючи розвитку культурного діалогу.

– літературний фестиваль "Intermezzo" [36] – фестиваль в Вінниці, що поєднує в собі літературні читання, обговорення, воркшопи та зустрічі з авторами. "Intermezzo" пропонує унікальну можливість зануритися в атмосферу літературного світу та взаємодіяти з відомими письменниками, критиками та літературними експертами. Цей фестиваль сприяє виробленню літературної культури, стимулює творчість та обмін думками серед літературно зацікавленої аудиторії.

Отже, літературні фестивалі в Україні є лише кількома з безлічі подій, які активно сприяють розвитку літературної культури, популяризації читання та обміну ідеями серед громадськості. Вони створюють не лише можливості для авторів представити свої твори, але й зближують читачів та літературних

фахівців, сприяючи обміну досвідом та створенню нових літературних та культурних цінностей.

2. Мистецькі резиденції – надання митцям простору та ресурсів для творчості, обміну досвідом та реалізації міжкультурних проєктів. Україна також відома своїми мистецькими резиденціями, які є важливими центрами для розвитку творчості, культурного обміну та створення міжкультурних проєктів. Ось кілька прикладів мистецьких резиденцій в Україні:

– Izolyatsia. Platform for Cultural Initiatives (Izolyatsia. Платформа культурних ініціатив) [64] раніше розташована на території колишнього заводу в Донецьку, Izolyatsia була переселена до Києва після окупації Донбасу. Це мистецька резиденція, що об'єднує художників, кураторів, культурних менеджерів та активістів для створення та втілення мистецьких проєктів. Izolyatsia активно сприяє обміну ідеями, розвитку культурної сцени в Україні та забезпеченню підтримки молодим талантам.

– YermilovCentre (ЄрмиловЦентр) [75] розташований у Харкові, YermilovCentre є центром сучасного мистецтва, що працює на засадах мистецької резиденції. Він надає можливості для творчості, експериментів та обміну ідеями для художників різних напрямків. Резиденти отримують доступ до студій, виставкових просторів, а також можливість співпраці з місцевою громадою та іншими мистецькими організаціями.

– Mystetskyi Arsenal (Мистецький Арсенал) [69] – цей культурний комплекс у Києві є одним з найбільших центрів сучасного мистецтва в Україні. Він регулярно проводить програми мистецьких резиденцій, які пропонують митцям можливість працювати в студіях, взаємодіяти з іншими творчими особистостями та створювати нові творчі проєкти.

Ці мистецькі резиденції створюють стимулююче середовище для митців, сприяючи їхньому творчому розвитку, обміну досвідом та створенню інноваційних мистецьких проєктів. Вони також відіграють важливу роль у розвитку міжкультурного діалогу та співпраці, допомагаючи зближувати людей різних культурних та національних спрямувань через мистецтво.

3. Освітні ініціативи у музеях – інтерактивні екскурсії, тематичні виставки, освітні програми для школярів та студентів. Україна має багато музейних закладів, які активно залучаються до освітніх ініціатив і пропонують різноманітні програми для відвідувачів різного віку. Ось деякі приклади освітніх ініціатив у музеях України:

– національний музей історії України [47] – це музей в Києві пропонує широкий спектр освітніх програм для школярів та студентів. Це включає інтерактивні екскурсії, лекції з історії України, тематичні виставки та майстер-класи. Музей активно співпрацює з освітніми установами, організовуючи спеціальні заходи для шкільної молоді з метою поглиблення їхніх знань про історію та культуру України.

– підземний музей гідроакумулятора розташований у Львові [51], цей музей пропонує унікальну можливість ознайомитися з історією енергетики та технологічними досягненнями. Освітні програми для відвідувачів включають інтерактивні екскурсії, демонстрацію роботи обладнання та лабораторні заняття з енергетики.

– національний музей Шевченка розташований у Києві [48], присвячений великому українському поету Тарасу Шевченку. Він пропонує освітні програми для школярів та студентів, які допомагають зрозуміти життя та творчість поета через інтерактивні екскурсії, тематичні виставки та лекції.

– музей історії міста Києва [44] пропонує освітні програми для школярів та студентів, спрямовані на вивчення історії Києва. Вони включають в себе інтерактивні екскурсії, віртуальні та тематичні виставки, лекції та практичні заняття.

Ці освітні ініціативи у музеях України сприяють не лише поглибленню знань відвідувачів з різних сфер історії, культури та науки, але й розвитку інтерактивних та критичного мислення через практичні дослідницькі та творчі завдання.

4. Кінофестивалі та обговорення – перегляди фільмів з подальшим аналізом та дискусіями на актуальні теми. Кінофестивалі та обговорення фільмів є важливими культурними подіями, які об'єднують людей для перегляду фільмів різних жанрів та режисерських підходів, а також для обговорення актуальних соціальних, політичних і культурних питань. Україна має різноманітні кінофестивалі та платформи для обговорення фільмів, які активно сприяють розвитку кінематографу та культурного обміну. Ось кілька прикладів:

– Одеський Міжнародний Кінофестиваль (ОМКФ) [49] є одним з найпрестижніших кінофестивалів в Україні та входить до числа найбільших подій в культурному житті країни. Фестиваль відзначається своїм різноманіттям програм, включаючи конкурсні покази фільмів, майстер-класи від провідних кінематографістів, панельні дискусії та прем'єри. ОМКФ активно сприяє взаємодії між українськими та міжнародними кінематографістами, а також пропаганді українського кіно на світовій арені.

– Дні Європейського Кіно в Україні [28] – це щорічний кінофестиваль, організований Делегацією Європейського Союзу в Україні, який присвячений показу фільмів з країн Європейського Союзу. Фестиваль має за мету зближення культур і розуміння міжнаціональних відмінностей через кіно. Після перегляду фільмів часто проводяться обговорення та панельні дискусії на теми, які порушені у фільмах.

– кінофестиваль "Молодість" [32] це щорічний фестиваль, що відбувається у Києві та є найбільшим кінофестивалем молодіжного кіно в Україні. "Молодість" пропонує покази фільмів молодих режисерів з усього світу, а також майстер-класи, лекції та дискусії. Фестиваль відкриває можливості для молодих талантів та сприяє обміну ідеями у кінематографічній сфері.

Ці кінофестивалі та обговорення фільмів є важливими подіями, що сприяють розвитку кінематографу в Україні, популяризації мистецтва кіно та обговоренню важливих соціальних тем. Вони створюють можливості для

взаємодії між кінематографістами та глядачами, а також сприяють розширенню культурного розуміння та глибшому аналізу сучасної дійсності через призму кіноарту.

Висновок до другого розділу

В соціальних мережах присутнє відображення сучасної культури, вони впливають на формування культурних цінностей, рівнозначності та відчуття світу. Соціальні мережі активно об'єднують людей за спільними інтересами, що сприяє створенню творчих колективів, популяризації культурного продукту. За допомогою соц.мереж розширюється доступ до культурно-просвітницьких ресурсів, створюється віртуальний простір де культурна спадщина стає доступною кожному, сприяючи культурному збагаченню та розвитку суспільства.

Віртуальна реальність це ілюзія створена сучасними технологіями, її розвиток відкриває багато можливостей у різних сферах. Створивши альтернативний простір, де культурні якості можуть бути моделювані, трансформовані та досліджені під новим кутом, це дає можливість експериментувати, щоб створювати нове. Віртуальна реальність дозволяє людям з різних культурних та географічних контекстів взаємодіяти у спільних віртуальних просторах, сприяючи культурному обміну.

Також соціальні мережі сприяють інтелектуальному розвитку, оскільки багато платформ надають унікальну можливість обмінюватися знаннями, публікувати свої результати досліджень і отримувати зворотній зв'язок від колег.

Також головним інструментом у вихованому та просвітницькому процесі є культурні проекти, впливаючи на розвиток і формування особистості.

РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ДОСЯГНЕНЬ КУЛЬТУРИ, НАУКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОСВІТНИЦЬКИХ ПРОЄКТІВ

3.1. Реалізація культурно-просвітницьких проєктів

Реалізація культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах є важливим інструментом для популяризації досягнень культури, науки та розвитку освітніх ініціатив. Ці проєкти спрямовані на залучення уваги громадськості до важливих культурних та наукових подій, наукових відкриттів, а також на підвищення рівня освіченості та культурної свідомості.

У рамках культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах зазвичай реалізуються різноманітні ініціативи, які можуть включати в себе:

1. Віртуальні виставки та екскурсії.

Організація віртуальних виставок та екскурсій у соціальних мережах є сучасним інструментом для популяризації культурної спадщини та мистецтва. Ці проєкти дозволяють глядачам з усього світу відвідувати виставки та екскурсії у віртуальному форматі, не покидаючи зручності свого домівки. Особливість цих ініціатив полягає в тому, що вони створюють можливість для взаємодії з культурними об'єктами, навіть коли доступ до них обмежений або об'єкти знаходяться на великій відстані [39, С.61-86].

Віртуальні виставки мистецтва надають можливість митцям та галереям демонструвати свої твори широкій аудиторії через онлайн-платформи соціальних мереж. Глядачі мають змогу роздивитися картини, скульптури та інші художні твори у деталях, дізнатися про їхню історію та контекст створення, а також залишити коментарі та відгуки. Це сприяє взаємодії між митцями та публікою, а також розширює можливості для залучення нових шанувальників мистецтва.

Щодо віртуальних екскурсій, вони дозволяють відвідувачам віртуально перенестися до різних музеїв, пам'яток культури та історичних об'єктів. За допомогою спеціальних технологій віртуальної реальності або інтерактивних веб-платформ відвідувачі можуть досліджувати приміщення, роздивлятися експонати, слухати аудіогіди та отримувати додаткову інформацію про об'єкти. Це дає можливість не лише ознайомитися з культурною спадщиною світу, але й стимулює інтерес до подальших досліджень та вивчення історії та мистецтва.

Таким чином, віртуальні виставки та екскурсії у соціальних мережах відкривають нові можливості для доступу до культурних та мистецьких цінностей, сприяють взаємодії між митцями та публікою, а також розширюють горизонти знань та розвитку культурної освіти [22, С. 104-110].

2. Вебінари та лекції.

Проведення вебінарів та онлайн-лекцій у соціальних мережах стало ефективним інструментом для популяризації знань та розширення культурно-освітнього простору. Ці заходи залучають широку аудиторію, надаючи можливість здобувати нові знання та розуміння різноманітних тематик, від мистецтва до науки, від літератури до історії.

Вебінари та лекції у соціальних мережах проводяться в різних форматах, що включають прямі трансляції, записані відео, інтерактивні сесії та панельні дискусії. Це дозволяє адаптувати контент під потреби та інтереси аудиторії, забезпечуючи максимально ефекtywne сприйняття інформації.

Однією з переваг проведення вебінарів у соціальних мережах є їхня доступність та гнучкість. Користувачі можуть приєднатися до вебінару з будь-якого місця, використовуючи зручний для себе пристрій, такий як комп'ютер, смартфон або планшет. Це робить навчання більш доступним та зручним для широкого кола людей, незалежно від їхнього розташування або графіку.

Крім того, вебінари та лекції у соціальних мережах сприяють взаємодії між спеціалістами та аудиторією. Учасники можуть ставити питання,

обговорювати тему, ділитися власним досвідом та думками. Це сприяє активному обміну ідеями та розвитку культурного та наукового співтовариства [25].

Таким чином, проведення вебінарів та лекцій у соціальних мережах є ефективним інструментом для популяризації знань та культурно-освітнього розвитку. Вони сприяють поширенню інформації, залучають широку аудиторію та стимулюють активну взаємодію між учасниками.

3. Організація конкурсів та акцій.

Організація конкурсів та акцій у соціальних мережах є ефективним інструментом для залучення уваги громадськості до культурних подій та стимулювання творчості серед користувачів. Ці ініціативи можуть включати різноманітні формати конкурсів, такі як малюнки, літературні твори, фотографії або відеоролики, що дозволяє адаптувати їх під інтереси та можливості аудиторії [23, С. 32-38].

Один із ключових аспектів організації конкурсів у соціальних мережах - це їхня доступність та широкий охоплення аудиторії. Спільноти та організації можуть запропонувати участь у конкурсах будь-якому бажаючому, незалежно від географічного розташування або соціального статусу. Це стимулює активну участь громадськості та сприяє популяризації культурних заходів.

Крім того, проведення конкурсів у соціальних мережах сприяє розвитку творчих здібностей учасників та підтримує розвиток культурно-творчої сфери. Учасники отримують можливість продемонструвати свої таланти та виявити свою творчу особистість через створення власних творів.

Завдяки соціальним мережам організатори конкурсів можуть легко розповсюджувати інформацію про заходи, залучати спонсорів та партнерів, а також проводити голосування та визначати переможців. Це робить процес організації конкурсів більш ефективним та результативним.

Отже, організація конкурсів та акцій у соціальних мережах є важливим інструментом для просування культурних ініціатив, стимулювання творчості

та активізації громадськості у культурному житті. Ці заходи сприяють розвитку культурно-творчого середовища та залученню уваги до різноманітних культурних подій і заходів.

4. Створення спеціалізованих сторінок та груп.

Створення спеціалізованих сторінок та груп у соціальних мережах є важливим інструментом для обміну досвідом, ідеями та співпраці між зацікавленими особами в різних галузях культури, науки та мистецтва. Ці спільноти збирають людей, які цікавляться конкретною тематикою, і створюють сприятливу атмосферу для взаємодії та обміну інформацією.

Однією з переваг створення спеціалізованих сторінок та груп є їхня спроможність об'єднувати людей із різних куточків світу, які мають спільний інтерес до конкретної теми. Це створює можливості для обміну різноманітним досвідом, поглядами та ідеями, що сприяє розвитку спільноти та збагаченню знань учасників [24, С. 133-138].

Крім того, спеціалізовані сторінки та групи створюють платформу для співпраці та партнерства між учасниками, що дозволяє спільно працювати над проектами, організовувати події та заходи, а також об'єднувати зусилля для досягнення спільних цілей.

5. Підтримка освітніх ініціатив.

Підтримка освітніх ініціатив у соціальних мережах відіграє ключову роль у підвищенні рівня освіченості та розвитку професійних навичок користувачів. Розповсюдження інформації про освітні програми, безкоштовні курси, відкриті лекції та інші освітні ресурси надає можливість людям отримати доступ до нових знань та навичок незалежно від їхнього фізичного місця перебування або соціального статусу.

Один із ключових аспектів підтримки освітніх ініціатив у соціальних мережах полягає в їхній доступності та широкому охопленні аудиторії. Люди можуть легко отримати доступ до інформації про навчальні можливості, відкриті лекції та курси, просто переглядаючи свій стрічку в соціальній

мережі. Це робить освітні ініціативи більш доступними та зручними для широкого кола користувачів.

Крім того, підтримка освітніх ініціатив у соціальних мережах сприяє створенню сприятливого середовища для обміну досвідом та знаннями між учасниками. Користувачі можуть обговорювати матеріали, ділитися власним досвідом та порадами, що допомагає їм краще засвоювати інформацію та розвивати свої навички.

Отже, підтримка освітніх ініціатив у соціальних мережах відіграє важливу роль у розширенні доступу до освіти та забезпеченні навчання для всіх, сприяючи підвищенню рівня освіченості та розвитку професійних компетенцій користувачів [38, С.32-37].

Реалізація культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах дозволяє досягти широкої аудиторії, включаючи людей різного віку, соціального статусу та географічного розташування. Такі проєкти сприяють популяризації культурних досягнень, наукових відкриттів та розвитку освітніх ініціатив, а також забезпечують можливість для взаємодії та обміну думками між користувачами, що сприяє розвитку культурного діалогу та взаєморозуміння.

3.2. Перспективи розвитку соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу

Перспективи розвитку соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу виявляються досить обіцяними, особливо в контексті постійного технологічного прогресу та зростаючої цифрової грамотності в суспільстві.

Розширення можливостей віртуальної реальності (VR) відкриває перед культурно-просвітницькими ініціативами низку захоплюючих можливостей. Ця технологія дозволяє створювати іммерсивні, інтерактивні та змістовно

насичені віртуальні досвіди, які можуть змінити спосіб, яким ми сприймаємо культурні об'єкти та просвітницькі матеріали [40, С. 55].

Один із найяскравіших прикладів використання VR у культурно-просвітницьких цілях - це віртуальні музеї. Завдяки VR, користувачі можуть перенестися у будь-який музей або художню галерею у світі, не виходячи з дому. Вони можуть експлорувати експозиції, роздивлятися твори мистецтва у високій деталізації, слухати аудіогіди та отримувати додаткову інформацію про представлені експонати. Це дає можливість людям з усього світу долучитися до культурних подій та навчальних заходів, які раніше були недоступними через географічні або фінансові обмеження.

Крім музеїв, VR може використовуватися для створення віртуальних виставок та інтерактивних уроків. Наприклад, уроки історії можуть стати більш захоплюючими, якщо учні можуть відчутися частиною історичних подій, перенестися у віртуальну реальність певної епохи або подорожувати світом з використанням інтерактивних карт [41, С. 65].

Важливою перевагою використання VR є його доступність для широкого кола користувачів. За допомогою доступних технологій, таких як віртуальні окуляри, люди можуть отримати доступ до віртуальних досвідів, не витрачаючи значних коштів на поїздки або вхідні квитки до музеїв. Таким чином, VR відкриває нові можливості для культурно-просвітницьких проєктів, роблячи їх доступнішими та захоплюючими для всіх зацікавлених осіб.

Зростання популярності онлайн-освіти представляє собою значний та швидко розвиваючийся тренд, який впливає на спосіб, яким люди навчаються та здобувають знання. Останнім часом спостерігається зростання числа онлайн-освітніх платформ та курсів, які надають доступ до різноманітних навчальних ресурсів у будь-який час і з будь-якого місця.

Соціальні мережі можуть відігравати важливу роль у цьому процесі, допомагаючи просувати та забезпечувати доступ до цих онлайн-освітніх ресурсів. Наприклад, платформи як LinkedIn, Facebook або Twitter можуть

використовуватися для реклами та розповсюдження інформації про нові курси, вебінари або лекції. Крім того, учасники соціальних мереж можуть обговорювати свої враження від участі у таких курсах, ділитися корисними ресурсами та рекомендаціями зі своїми контактами, що робить процес навчання більш соціальним та взаємодійним.

Однією з переваг використання соціальних мереж у контексті онлайн-освіти є їхня широка аудиторія та можливість точного спрямування рекламної кампанії. Багато користувачів соціальних мереж зацікавлені у саморозвитку та навчанні, тому ці платформи можуть ефективно досягати цільової аудиторії, пропонуючи їм релевантний та цікавий контент.

Загалом, соціальні мережі стають все більш важливим інструментом для просування та доступу до онлайн-освіти. Їх потужний вплив та масштабна аудиторія роблять їх ідеальною платформою для просування навчальних ресурсів та сприяють розвитку освітньої сфери у цілому.

Розвиток інтерактивних інструментів та аудіовізуальних технологій в соціальних мережах відкриває широкі можливості для сприяння просвітництву та культурному розвитку. Інтерактивність у змісті сприяє активному взаємодії з аудиторією, залучаючи їх у процес вивчення та розуміння навчального матеріалу [52, С. 15].

Сучасні соціальні мережі дозволяють створювати різноманітні формати змісту, такі як опитування, голосування, квізи, аудіо- та відеоматеріали. Це дозволяє користувачам брати активну участь у формуванні контенту, спілкуватися з іншими учасниками спільноти та обмінюватися думками і враженнями.

Наприклад, відеоролики та стріми можуть бути використані для проведення віртуальних лекцій, майстер-класів або дискусій на різноманітні теми. Участь в таких заходах може стати ефективним засобом навчання та спілкування для аудиторії, адже вони можуть в реальному часі отримувати інформацію, висловлювати свої думки та задавати питання.

Ще одним прикладом є використання аудіо- та відеоформатів для наочного представлення складних концепцій та інформації. Завдяки візуальним ілюстраціям та аудіозаписам, складний матеріал може бути доступною та зрозумілою формою для сприйняття аудиторії.

Загалом, розвиток інтерактивних інструментів та аудіовізуальних технологій у соціальних мережах відкриває нові можливості для створення змісту, який ефективно сприяє просвітництву та культурному розвитку. Ці інструменти дозволяють залучати аудиторію до активного взаємодії, сприяють зрозумінню складної інформації та стимулюють розвиток освітнього середовища в соціальних мережах.

Зростання популярності мультимедійного контенту є однією з ключових тенденцій розвитку соціальних мереж у сучасному інтернет-просторі. Фотографії, відеоролики та аудіоматеріали є потужними засобами комунікації, які здатні ефективно сприйматися аудиторією та сприяти поширенню культурно-просвітницького змісту [55, С. 63].

Перше, що слід відзначити, це висока візуальна привабливість мультимедійного контенту, яка здатна залучити увагу користувачів соціальних мереж та спонукати їх до взаємодії з контентом. Фотографії та відеоролики можуть створювати миттєві емоційні зв'язки з глядачами та заохочувати їх до детальнішого вивчення представленого матеріалу.

Крім того, мультимедійний контент є ефективним засобом для візуалізації складних ідей та концепцій. Відеоролики, ілюстрації та аудіозаписи можуть допомогти краще зрозуміти складні теми та навчальний матеріал, що сприяє підвищенню освітнього рівня аудиторії.

Зростання популярності мультимедійного контенту також сприяє розширенню можливостей для творчості та самовираження. Користувачі соціальних мереж мають можливість створювати власний зміст у різних форматах, який може бути надісланий, поділений та спільно використаний з іншими учасниками мережі.

Отже, зростання популярності мультимедійного контенту в соціальних мережах відображає потребу користувачів у змісті, який є емоційно привабливим, інформативним та доступним. Використання таких форматів сприяє поглибленню знань, розвитку творчих навичок та сприяє культурному та просвітницькому розвитку аудиторії соціальних мереж.

Соціальні мережі стають ефективним інструментом для підтримки громадських ініціатив у сферах культури та просвітництва. Їхні можливості взаємодії та комунікації дозволяють громадянам об'єднуватися навколо спільних ідей, організовувати акції та події, та впливати на культурний та освітній простір.

Перш за все, соціальні мережі створюють майданчик для обміну ідеями та організації спільних проєктів. Групи та спільноти на платформах соціальних мереж дозволяють активістам та ентузіастам збирати однодумців, обговорювати питання, планувати події та координувати свої дії.

По-друге, соціальні мережі можуть бути використані для збору фінансових та матеріальних ресурсів для реалізації культурних та просвітницьких проєктів. Краудфандингові кампанії на платформах соціальних мереж можуть залучати фінансування від громадськості для підтримки мистецьких ініціатив, освітніх проєктів та культурних подій.

Крім того, соціальні мережі дозволяють громадським організаціям та активістам звертатися до широкої аудиторії з метою впливу на культурну та освітню політику. Публікації, петиції, онлайн-акції та відеоролики можуть стати інструментами масової мобілізації громадської думки та привернення уваги до важливих культурних та освітніх питань [59].

Соціальні мережі є прекрасним майданчиком для обміну думками та співпраці між представниками різних галузей культури та науки. Їхні можливості комунікації дозволяють створювати сприятливе середовище для взаємодії, співпраці та взаєморозуміння.

Один із важливих аспектів цього - це можливість створення спільнот та груп, які об'єднують спеціалістів з різних галузей. Наприклад, в соціальних

мережах можуть існувати спеціалізовані групи, що об'єднують учених, митців, кураторів, технічних експертів тощо, де вони можуть обговорювати спільні проекти, ділитися досвідом та ідеями.

Крім того, на платформах соціальних мереж можуть активно відбуватися дискусії та обговорення наукових та культурних питань. Вони можуть стати місцем, де вчені та митці обмінюються своїми думками, аналізують нові тенденції та шукають шляхи для спільної реалізації проєктів.

Також, соціальні мережі можуть сприяти зближенню різних галузей шляхом поширення інформації про різноманітні культурні та наукові події, конференції, виставки, лекції тощо. Це дозволяє представникам обох галузей бути в курсі актуальних подій і знаходити спільні точки для подальшої співпраці. [57, С. 89].

Отже, соціальні мережі можуть стати важливим каналом для зміцнення комунікації між галузями культури та науки, сприяючи взаєморозумінню, обміну ідеями та спільному творчому процесу.

Висновок до третього розділу

Отже, соціальні мережі відіграють важливу роль у підтримці та розвитку громадських ініціатив у сферах культури та просвітництва, сприяючи активному громадянському учасю у формуванні культурного та освітнього середовища. Реалізація культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах дає можливість охопити якомога більшу аудиторію, тим самим сприяє до популяризації культурних здобутків, наукових робіт, розвитку нових починань, також обміну цінного досвіду, не залежно від статусу, місця проведення.

Соціальні мережі вже на сьогоднішній день займають важливе місце у житті людини і не перестають зупинятися у розвитку і удосконаленні своїх можливостей у культурно-просвітницькій діяльності.

Ми вважаємо, що соціальні мережі тільки починають свій шлях і надалі будуть активно розширюватися і займатимуть значну позицію у формуванні,

популяризації досягнень культури, науки, а також реалізації просвітницьких проектів.

ВИСНОВКИ

1. Проаналізовано, що соціальні мережі багатofункціональні, поєднують у собі спілкування, начання, можливість досягання мети об'єднавши людей за спільними інтересами, а також дають змогу офіційно заробляти кошти. Це потужний інструмент для поширення своїх ідей, реклами товару, послуг, бренду, просування свого бізнесу. Також соціальні мережі тісно пов'язані з культурою та медіа, оскільки культура значною мірою залежить від медіаінформації, яка передається людям. Популярність і перспектива соціальних мереж постійно зростають і дають можливість розвиватися у різних галузях. Соціальні мережі швидко ввійшли у життя людей і стали незамінною частиною буденності.

2. Охарактеризовано, що соціальні мережі відіграють важливу роль у суспільному житті. Майже половина населення зареєстрована і проводить у мережі не менше години свого вільного часу щодня. Цілодобовий доступ в деякій мірі є корисним для користувачів, але важливо критично оцінювати і аналізувати чи це добре впливає на наше сприйняття світу. Втім соціальні мережі мають чималий вплив на різні сторони нашого життя, вони можуть впливати та формувати наші рішення, принципи, ідеї, світогляд. Також можуть бути ефективним інструментом для розвитку міжкультурної комунікації, надаючи можливість вільного спілкування та відкриття для себе міжкультурних цінностей.

3. Досліджено, що соціальні мережі стали потужною платформою для висловлення своїх думок, ідей та переконань, стали швидко та легко поширювати інформацію серед населення. Вони сприяють активізації громадської думки, створенню обговорень та формуванню позицій щодо важливих суспільних питань. Також у сучасній комерції дані соціальних мереж стали найважливішим інструментом для бізнесу і ідеальним майданчиком для онлайн торгівлі.

4. Виявлено, що з розширенням та удосконаленням соціальні мережі стали вагомим майданчиком для розповсюдження творчих задумів, спільних ідей, обговорення культурних подій. Вони допомагають користувачам об'єднуватися в групи ділитися мистецькими досягненнями, враженнями від культурних подій та реалізовувати різноманітні культурні проєкти. Соціальні мережі дають можливість брати участь у культурних заходах не залежно від місця перебування. А розвиток віртуальної реальності відкриває нові перспективи у сфері освіти, медицини, мистецтва. За допомогою цифрових технологій створюється нові форми вираження. Віртуальна реальність, створює альтернативний простір, де культурні якості можуть бути моделювані, трансформовані та досліджені з нових перспектив. Вона надає користувачам можливість експериментувати з різними культурними ідентичностями, сценаріями та взаємодіями, що може призводити до створення нових форм культурного виразу та розширення меж існуючих культурних норм. Віртуальна реальність дозволяє людям з різних куточків взаємодіяти у спільних віртуальних просторах, сприяючи культурному обміну.

5. Доведено, що розвиток інтелектуальної взаємодії у соціальних мережах є важливим аспектом сучасного інформаційного суспільства, що сприяє обміну знаннями, ідеями та досвідом між користувачами з різних куточків світу. Соціальні мережі надають унікальну можливість можливість для професійного зростання. Існує багато платформ для взаємодії між різними сферами суспільного життя, тож можна виділити декілька основних: ResearchGate — це соціальна мережа, спрямована для публікації наукових досліджень, щоб знаходити потенційних співавторів та обговорювати наукові питання. Також існує схожа платформа Academia.edu. Ще один освітній проєкт в Україні — Prometheus, який пропонує доступ до якісної освіти для кожного, хто має доступ до інтернету. Через такі соц.мережі як Facebook і Telegram, користувачі обговорюють, діляться своїми роботами, анонсують

різні творчі заходи, створюють своє комфортне середовище для спілкування на теми, які їх цікавлять.

6. З'ясовано, що культурні проєкти відіграють ключову роль у виховному та просвітницькому процесах, вони формують певні цінності, розвивають креативне мислення, сприяють підвищенню культурної обізнаності. Для суспільства дуже важливо брати участь у таких проєктах, особливо для молоді це не тільки самовираження, а й розвиток їх як особистостей. Культурні проєкти включають в себе елементи дослідження та навчання. Проєкти безпосередньо спрямовані для примноження та збереження культурних здобутків. Літературні, театральні фестивалі, музеї, культурні комплекси, мистецькі резиденції, кінофестивалі всі ці та багато інших проєктів позитивно впливають та формують освічений, культурний, толерантний, гідний народ.

7. Доведено, що реалізація культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах дозволяє досягти широкої аудиторії, включаючи людей різного віку, соціального статусу та географічного розташування. Проєкти слугують на популяризації досягнень культури, науки та розвитку освітніх ініціатив. Вони дозволяють віртуально насолодитися творчістю, побувати в різних музеях, пам'ятках культури, історичних об'єктах, дають змогу навчатися не виходячи з дому, також розвивати свої творчі здібності.

8. Окреслено перспективи розвитку соціальних мереж як культурно-просвітницького ресурсу, які можна передбачити вже сьогодні. Вони можуть рекламувати, розповсюджувати інформацію, забезпечувати доступ до онлайн-ресурсів. Соціальні мережі займають вагомe місце у підтримці та розвитку громадських ініціатив у сферах культури та просвітництва.

Соціальні мережі мають потенціал стати важливим культурно-просвітницьким ресурсом у майбутньому, привертаючи увагу широкого кола аудиторії та сприяючи поширенню знань та культурного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаврилюк О. Взаємовплив соціальних мереж і масової культури: роль і значення алгоритмів. *Питання культурології*. - 2023. - Вип. 42. - С. 90–101
2. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2023. № 3. С.39-44.
3. Гаврилюк О. Статистика і тенденції функціонування соціальних мереж. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. - 2023. - Т. 6, № 2. - С. 383-397
4. Добреля О. Історія розвитку соціальних мереж: основні періоди. *Вісник Книжкової палати*. - 2023. - № 7. - С. 29-36
5. Ємець В. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу держави в умовах повномасштабної війни. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*. - 2023. - Т. 12. - С. 205-214.
6. Іванина Р. We are social 2023: соціальні мережі, інтернет та тенденції електронної комерції. Elit: вебсайт. 2023, 20 лют. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023>
7. Калиновський Ю. Аксіологічний статус соціальних мереж як соціокультурна проблема. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/19820/1/4_KALYNOVSKYY.pdf
8. Капраль О. Р. Вплив соціальних мереж на кінцевий вибір споживача. *Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України. Економічні науки*. - 2021. - Вип. 2. - С. 41-46.
9. Кац Х. Формування культурних трендів через інтернет-спільноти. URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> (дата звернення: 20.04.2024).

10. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. - 2014. - Вип. 16. - С. 61-71.
11. Конюкова І. Я., Сидоровська Є. А. Тенденції розвитку міжкультурної комунікації в соціальних мережах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2022. № 4. С. 21-25.
12. Макарова М. Соціальні мережі як провідні джерела інформації в умовах війни. *Вісник Книжкової палати*. - 2023. - № 10. - С. 25-31.
13. Мгалоблішвілі А. Д. Профілактика залежності від соціальних мереж у молоді: психологічні рекомендації. *Вісник Національного університету оборони України*. - 2024. - Вип. 1. - С. 102-112.
14. Мостова А. Д. Сучасні тенденції та особливості просування бізнесу у соціальних мережах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. - 2022. - Вип. 3. - С. 76-82.
15. Разінькова М. Ю. Сучасні тенденції розвитку міжнародної електронної торгівлі в соціальних мережах. *Науковий погляд: економіка та управління*. - 2022. - № 1. - С. 20-27.
16. Трач Ю. В. Комп'ютерні соціальні мережі як чинник віртуалізації культури. *Українська культура: перспективи євроінтеграції. Інноваційні процеси в сучасній культурі* : матер. Всеукр. наук.- практич. конф., м. Київ, 7-8 квіт. 2016 р. / КНУКіМ, к-ра комп'ютерних наук, к-ра культурології. У 2-х ч. Київ : КНУКіМ, 2016. Ч. 2. С. 172-174.
17. Українська інтернет-революція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=Gcgmt4K7gb4>
18. Чиркова Т. І. Комплексний аналіз психологічної проблеми поведінкових особливостей взаємодії сучасної молоді та соціальних мереж. *Перспективи та інновації науки (Серія "Педагогіка", Серія "Психологія", Серія "Медицина")*. - 2023. - № 16. - С. 651-661

19. Чорнобильський А. Мережа Reddit у системі соціально-комунікативної взаємодії. *Communications and communicative technologies*. - 2023. - Вип. 23. - С. 49-57
20. Becker B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments. In: *Women, work and computerization: spinning a web from past to future. Proceedings of the 6th International IFIP-Conference, Bonn, Germany, May 24-27, 1997*. Berlin: Springer, 1997. Pp. 211-212.
21. Кужильська С. І. Вплив соціальних мереж на індивіда / С. І. Кужильська ; наук. кер. Н. В. Гребеннікова // *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVIII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (18-19 квітня 2019 р., Київ)*. - Київ : КНУТД, 2019. - Т. 3 : Економіка інноваційної діяльності підприємств. - С. 537-538.
22. Антонюк О. В Менеджмент культурно-мистецької сфери. *Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського*. 2011. № 2. С. 104-110.
23. Ашаренкова Н. Г. Термінологічна культура як складова професійної компетентності менеджера. *Збірник статей НАКККіМ, К., 2013*. С. 32-38.
24. Безгін Г., Бернадська Г. Актуальні питання підготовки фахівців з мистецького менеджменту. *Мистецтвознавство України*. 2013. Вип. 13. С. 133-138.
25. Бриль М. М. Менеджер соціокультурної діяльності як суб'єкт інновацій. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. URL: https://www.researchgate.net/publication/3280630._menedzer_sociokulturnoi_dialnosti_ak_sub%27ekt_innovacij
26. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
27. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва: підприємницький стиль. Львів: Літопис, 2008. 358 с.

28. Дні Європейського Кіно в Україні. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/33657/2023-12-05-v-ukraini-vidbudetsya-onlayn-festyval-ievropeyskogo-kino-euff-2023/#:~:text=3%2013%20по%2019%20грудня,платформі%20кінофестивалю%2С%20повідомила%20пресслужба%20проєкту.> (дата звернення: 14.03.2024)
29. Енциклопедія сучасної України. URL: <https://esu.com.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
30. Зеленська Л. М., Романова А. О. Івент-менеджмент: словник довідник організатора заходів. К.: НАКККиМ, 2015. 84 с.
31. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
32. Київський міжнародний кінофестиваль "Молодість". URL: <https://molodist.com/about> (дата звернення: 14.03.2024)
33. Книжковий Арсенал. URL: <https://book.artarsenal.in.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
34. Конституція України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 14.03.2024)
35. Кузьмін О. Є., Мельник О.І. Основи менеджменту. К.: Академвидав, 2007. 462 с.
36. Літературний фестиваль "Intermezzo". URL: <https://litcentr.in.ua/board/23-1-0-196> (дата звернення: 14.03.2024)
37. Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
38. Максимчук М. В. Проблеми функціонування та розвитку мережі закладів культури в об'єднаних територіальних громадах Львівщини. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017. Вип. 4(126). С.32-37.

- 39.Максимчук М. В., Попадинець Н. М. Особливості децентралізації сфери культури територіальних громад. Розвиток соціальної сфери територіальних громад в умовах адміністративно-фінансової децентралізації. Львів: ІРД НАН України, 2018. С.61-86.
- 40.Менеджмент соціокультурної діяльності як напрям наукового та технологічного знання підручник: у 2 ч. Частина 1. Дидактика, логіка, методологія / О. Ю. Щербина-Яковлева, М. О. Ключко, А. М. Щербина ; за заг. ред. О. Ю. Щербини-Яковлевої. - Суми Сумський державний університет, 2019. - 249 с.
- 41.Менеджмент соціокультурної діяльності як напрям наукового та технологічного знання. Частина 1. Дидактика, логіка, методологія. Підручник І Олена Юхимівна Щербина-Яковлева, Ніна Дмитрівна Світайло, Микола Олексійович Ключко, Анатолій Михайлович Щербина; наук. ред. О. Ю. Щербина-Яковлева. Депонований рукопис. - Суми, Репозитарій СумДУ, 2018,- 207 с.
- 42.Міжнародний літературний фестиваль "Меридіани Поезії". URL: <https://shop.meridiancz.com> (дата звернення: 14.03.2024)
- 43.Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkp.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 44.Музей історії міста Києва. URL: <https://kyivhistorymuseum.org.ua/uk/> (дата звернення: 14.03.2024)
- 45.Наукова бібліотека ЛНУ імені Івана Франка. URL: <https://lnulibrary.lviv.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 46.Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 47.Національний музей історії України. URL: <https://nmiu.org> (дата звернення: 14.03.2024)
- 48.Національний музей Тараса Шевченка. URL: <https://museumshevchenko.org.ua> (дата звернення: 14.03.2024)

- 49.Одеський Міжнародний Кінофестиваль. URL: <https://submit.oiff.com.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 50.Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент: підручник. К.: Кондор, 2015. 563 с.
- 51.Підземний музей гідроакумулятора. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Львівські_підземелля (дата звернення: 14.03.2024)
- 52.Поплавський М. М. Менеджер культури: підручник. К.: МП «Леся», 1996. 416 с.
- 53.Президент України. URL: <https://www.president.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 54.Репозитарій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. URL: <http://elib.nakkkim.edu.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 55.Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
- 56.Соціокультурна діяльність: навчальний посібник/ Н. В. Ко чубей. — Суми: Університетська книга, 2015. — 122 с.
- 57.Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях: навчальний посібник / за заг. ред. Балашова А. М., Мошека Г. Є. К.: Алерта, 2018. 620 с.
- 58.Форум видавців у Львові. URL: <https://bookforum.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 59.Що таке менеджмент соціокультурної діяльності? 2023. URL: <https://vluchno.info/shho-take-menedzhment-socziokulturnoyi-diyalnosti/> (дата звернення: 14.03.2024)
- 60.Яроміч С. А. Менеджмент у сфері культури: навчальний посібник. Кн. 1. Одеса: Центр практичного менеджменту культури, 2006. 274 с.
- 61.Academia.edu. URL: <https://www.academia.edu> (дата звернення: 14.03.2024)
- 62.Coursera. Офіційний сайт. URL: <https://www.coursera.org/> (дата звернення: 14.03.2024)

- 63.Indiegogo. Офіційний сайт. URL: <https://www.indiegogo.com> (дата звернення: 14.03.2024)
- 64.Izolyatsia. Platform for Cultural Initiatives. Офіційний сайт. URL: <https://izolyatsia.org/ua/> (дата звернення: 14.03.2024)
- 65.Khan Academy. Офіційний сайт. URL: <https://khanacademy.org> (дата звернення: 14.03.2024)
- 66.Kickstarter. Офіційний сайт. URL: <https://www.kickstarter.com> (дата звернення: 14.03.2024)
- 67.Linkedin. Офіційний сайт. URL: <https://www.linkedin.com/> (дата звернення: 14.03.2024)
- 68.Massive Open Online Courses. Офіційний сайт. URL: <https://www.udemy.com/> (дата звернення: 14.03.2024)
- 69.Mystetskyi Arsenal. Офіційний сайт. URL: <https://artarsenal.in.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 70.Prometheus. Офіційний сайт. URL: <https://prometheus.org.ua> (дата звернення: 14.03.2024)
- 71.Quora. Офіційний сайт. URL: <https://quora.com> (дата звернення: 14.03.2024)
- 72.Reddit. Офіційний сайт. URL: <https://www.reddit.com> (дата звернення: 14.03.2024)
- 73.ResearchGate. Офіційний сайт. URL: <https://www.researchgate.net> (дата звернення: 14.03.2024)
- 74.Udemy. Офіційний сайт. URL: <https://www.udemy.com> (дата звернення: 14.03.2024)
- 75.YermilovCentre. Офіційний сайт. URL: <https://yermilovcentre.org> (дата звернення: 14.03.2024)