



ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

ELECTRONIC RESOURCES AND INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

УДК 316.472.4:004.738.5]:311.21
DOI: 10.31866/2617-796X.6.2.2023.293609

*Олег Гаврилюк,
здобувач,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
oleg.gavryliuk@ukr.net
<https://orcid.org/0009-0000-2294-5935>*

СТАТИСТИКА І ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Мета статті – проаналізувати статистику і тенденції функціонування соціальних мереж у світі та в Україні за різними критеріями.

Методи дослідження. Застосовано загальнонаукові методи аналізу та синтезу, що дало змогу досягти поставленої мети.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в з'ясуванні на основі аналізу широкій статистичній базі тенденцій функціонування соціальних мереж у світі та в Україні за різними критеріями.

Висновки. З появою Web 2.0 кінцеві користувачі беруть безпосередню участь у зміні майбутнього WWW з погляду його структури, дизайну та корисності. У цьому контексті соціальні мережі стають застосунком, здатним не тільки встановлювати, а й управляти явними відносинами між користувачами. Наголошено, що причини популярності соціальних мереж полягають у тому, що вони просувають бачення мережі, орієнтованої на людину, де мережа людей та їхні інтереси стають джерелом інформації, яке постійно перебуває в цій же мережі. На основі аналізу наявних статистичних даних підсумовано, що основними тенденціями функціонування соціальних мереж останніх років в Україні є такі: стрімке зростання кількості користувачів соціальних мереж, утім кількість часу, проведеного користувачами в мережі у 2023 р., знижується; під час російсько-української війни однією з важливих функцій соцмереж стала інформаційна, зокрема для надання новин; за віковою категорією більше соціальними мережами користується молоде покоління, менше – люди похилого віку; якщо взяти до уваги населені пункти, то кількість користувачів соціальних мереж значно вища у великих містах, ніж у сільській місцевості; найбільший інтерес для українських користувачів соцмереж становить розважальна та пізнавальна тематика; збільшується кількість інфлюенсерів у соцмережах тощо.

Ключові слова: соціальні мережі; інтернет-користувачі; Web 2.0; рейтинги соціальних мереж; Facebook; YouTube; Instagram.

Вступ. На сьогодні розглядають сайти соціальних мереж – віртуальні спільноти, де користувачі можуть створювати індивідуальні публічні профілі, взаємодіяти з реальними друзями та знайомитися з іншими людьми на основі спільних інтересів – як «глобальний споживчий феномен» з експоненціальним зростанням використання за останні кілька років. З появою Web 2.0 кінцеві користувачі беруть безпосередню участь у зміні майбутнього WWW з погляду його структури, дизайну та корисності. У цьому контексті соціальні мережі стають застосунком, здатним не тільки встановлювати, а й управляти явними відносинами між користувачами. Сайти соціальних мереж публікують згенерований користувачем або агрегований контент, дають змогу користувачам анотувати опублікований контент з тегами, оглядами, коментарями та рекомендаціями, а також надають механізми, які уможливають створення користувачами спільнот за інтересами. Завдяки своїм можливостям соціальні мережі поступово посіли перші сходинки у рейтингах найбільш популярних занять в інтернеті – більша частина населення планети є активними користувачами соціальних мереж, які стали фундаментальною частиною онлайн-досвіду на WWW по всьому світу. Причини їхньої популярності полягають у тому, що вони просувають бачення мережі, орієнтованої на людину, де мережа людей та їхні інтереси стають джерелом інформації, яке постійно перебуває в цій же мережі. Утім функціонування соціальних мереж актуалізує й численні проблеми для дослідників у сфері, яка стає все більш складною і при цьому менш структурованою.

Аналіз попередніх досліджень. Ґрунтовних праць, присвячених дослідженню соціальних мереж, доволі багато. Серед українських дослідників варто виокремити таких авторів, як О. Гарматій і С. Онуфрив, О. Добрелі, К. Дубняк, Л. Ноздріна та ін. К. Дубняк (2014) аналізує соціальні мережі як засіб обміну інформацією, пропонуючи розглядати їх як зовсім новий клас засобів масової комунікації – віртуальні ЗМІ; О. Гарматій та С. Онуфрив (2021) вивчають соціальні мережі як джерело інформації в роботі журналіста; Л. Ноздріна (2011) здійснила аналіз соціальної мережі як продукту вебпроєкту; Л. Городенко (2011) розглянула мережеві комунікації в структурі соціальних комунікацій; І. Динник (2017) обґрунтовував, що соціальні мережі є засобом суспільного розвитку; Б. Вахула (2012) проаналізувала роль і функції соціальних інтернет-мереж у формуванні громадянського суспільства. Окремі публікації присвячені дослідженню історії соціальних мереж як у всьому світі, так і в Україні. Зокрема, основні етапи розвитку соціальних мереж висвітлено в праці О. Добрелі (2023) «Історія розвитку соціальних мереж: основні періоди». Авторка проаналізувала вплив кожного періоду на подальшу еволюцію цих структур, утворених для підтримки соціальних зв'язків та обміну інформацією в інтернеті; розглянула специфіку створення та функціонування перших соціальних мереж, а також найпопулярніші соціальні мережі сьогодення; проаналізувала історію їхнього успіху. М. Сенченко та О. Сенченко (2021) в монографії «Від ери Гутенберга до ери Цукерберга... Переваги і недоліки сприйняття друкованого та електронного тексту», досліджуючи ефективність сприйняття друкованого й електронного тексту, торкається також і питань соціальних мереж та їх впливу на молодь. Науковці О. Бочко та В. Кузяк та В. Aleksandraviciute (2020) провели дослідження ринку соціальних

мереж за платформами у світі за період 2009–2020 рр. Досліджувані «трендові моделі, що відображають динаміку охоплення ринку, достатньо достовірно характеризують тенденцію, що склалася у суспільстві» (Бочко, Кузяк та Aleksandraviciute, 2020, с.92). За їх прогнозами, тенденцією найближчі роки є подальша позитивна динаміка охоплення соціальними мережами Facebook, YouTube, Instagram, Pinteres, Twitter, Tumblr. Автори дійшли висновку: «У цілому, соціальні мережі забезпечують використання нових можливостей та є одним із генераторів світових тенденцій розвитку сучасного суспільства. Вони активно ввійшли в повсякденне життя та заповнили вільний час сучасного користувача мережі Інтернет» (Бочко, Кузяк та Aleksandraviciute, 2020, с.92-93). Отже, попри наявність певного наукового доробку, тенденції функціонування соціальних мереж завжди будуть актуальною проблемою, зважаючи на темпи їхнього вдосконалення, розширення сфер застосування, тренди й уподобання інтернет-користувачів.

Результати дослідження. За останні кілька років світ соціальних медіа збільшується в геометричній прогресії. Згідно зі звітом «Digital 2023», підготовленим дослідними групами Meltwater та We Are Social, у якому представлено інформацію про найбільш значущі тенденції в цифровому просторі сучасності, кількість користувачів інтернету у світі станом на січень 2023 року становила близько 5,16 млрд осіб (64,4 % населення планети) (Kemp, 2023a). Зокрема, у соціальних мережах середньостатистичний інтернет-користувач проводить близько 2,5 години на день (Іванина, 2023), і ця цифра, як очікують, зростатиме й надалі, адже «соціальні мережі – це не просто ідентифікація чи спосіб спілкування, а ціла індустрія» (Jura, 2023). Вони більше не є розкішшю лише для молодих та освічених людей – для багатьох вони стали джерелом інформації, розваг, зв'язку, маркетингу та навіть джерелом доходу. Використовують соціальні мережі по-різному: одні постійно оновлюють свої сторінки, слідкують за кожною подією та новинами; інші користуються соціальними мережами періодично, час від часу; деякі користувачі створюють анонімні профілі тощо.

Різні дослідницькі компанії регулярно складають рейтинги світових сервісів і соціальних мереж. Їхні статистичні дані дещо різняться, проте тенденції щодо найпопулярніших соцмереж у населення в основному збігаються. Дослідницький ресурс Ebizmba опублікував рейтинг світових сервісів станом на червень 2014 року, згідно з яким першу сходинку посів YouTube. З того часу деякі із сервісів вибули з топу, а на їхньому місці з'явилися нові (табл. 1).

Як свідчать дані з наведеної таблиці, найвищу сходинку в рейтингу найпопулярніших соцмереж у всьому світі останнім часом продовжує посідати Facebook. Заснований у 2004 році, він швидко став першою соціальною мережею, яка перевищила позначку в один мільярд зареєстрованих акаунтів, і станом на 2023 рік налічує понад 2,95 млрд активних користувачів на місяць. Аудиторія YouTube, головне призначення якого полягає в обміні створеними користувачами відеоматеріалами, стрімко зростала. Статистичні дані свідчать, що вже в грудні 2005 року кількість щоденних переглядів сайту становила 8 млн, а до липня 2006 року ця цифра зросла до 100 млн, що, за даними YouTube, становило 60 % усіх переглядів відео онлайн (Youtube Statistics, 2010). У 2023 році аудиторія YouTube становила понад 2,5 млрд активних користувачів на місяць по всьому світу (Jura, 2023). За

цим показником YouTube займає другу позицію в рейтингу найбільш популярних соціальних мереж світу завдяки цілій низці сервісів: YouTube TV – можливість дивитися та записувати телепередачі; YouTube Premium – можливість дивитися відео без реклами; YouTube Shorts – створення коротких відео до 15 секунд; YouTube Music – сервіс потокового передавання музики; YouTube Director – сервіс для створення відеореклами та ін. (*YouTube*, n.d.). Четвертою найактивнішою платформою соціальних медіа є Instagram з 2 мільярдами активних користувачів, трохи поступається WhatsApp (Jura, 2023). Варто зазначити, що Instagram мав успіх із самого початку – лише через два місяці після його запуску було понад мільйон користувачів (Добреля, 2023, с.34). Ці цифри переконують, що соціальні мережі можуть суттєво впливати на переконання й уподобання своїх користувачів.

Таблиця 1

Рейтинг найпопулярніших соціальних мереж у всьому світі за кількістю активних користувачів щомісяця (млн) (2014–2023 рр.)

Назва мережі	Рік заснування	2014, червень	2021, січень	2022, січень	2023, січень
Facebook	2004	900	2 740	2 910	2 958
YouTube	2005	1 000	2 291	2 562	2 514
WhatsApp	2009	600	1 500	2 000	2 000
Instagram	2010	100	1 221	1 478	2 000
WeChat	2011	350	1 213	1 263	1 309
TikTok	2016	-	689	1 000	1 051
Twitter	2006	310	353	436	556

Джерело: розроблено за такими даними: (Найпопулярніші соціальні мережі, 2022; Найпопулярніші соцмережі у світі – рейтинг, 2023; Сомова, 2022; Moore, 2021; Most popular social networks, 2023; Jura, 2023; Kemp, 2023b).

Більшість популярних соціальних мереж з більш ніж 100 млн користувачів створили в США, але такі китайські соціальні мережі, як WeChat і TikTok, також стали досить відомими. Хоча TikTok є наймолодшою соцмережею, він дуже швидко завоював популярність, особливо в період карантину під час пандемії COVID-19, і станом на сьогодні має понад 1 млрд користувачів щомісяця. На початку 2023 р. він зайняв шосту сходинку в рейтингу соцмереж у світі (у 2022 р. був на сьомій). У 2022 році TikTok вже зміг обійти YouTube за часом перегляду відео. У TikTok цей показник становив 23,5 год на місяць, а у YouTube – 23,09 год (Іваніна, 2023). На відміну від TikTok, соціальна мережа WeChat так і не вийшла на міжнародний рівень і має значно меншу, якщо порівнювати з конкурентами, популярність за межами Китаю, лише активно просувається в Індії. Тому це переважно регіональна платформа. Однією з причин цього є те, що компанія Tencent поставила Китай на перше місце у своїх планах розвитку WeChat (Custer, 2016).

Такі платформи, як Twitter і Pinterest, далеко позаду в рейтингу з 556 і 445 млн активних користувачів щомісяця відповідно (Jura, 2023). А з кінця 2022 року, коли Ілон Маск придбав Twitter, перейменував на X, кількість користувачів цієї соці-

альної мережі почала різко зменшуватися. Найбільш суперечливим є те, що перевірки Twitter Blue замінили застарілу систему перевірки, відкривши ризики видавання себе за іншу особу та збільшення масштабів поширення дезінформації (MacArthur, 2023). Myspace, вебсайт і платформа соціальних мереж, була найпопулярнішою соціальною мережею з 2005 по 2008 рік, з появою Facebook кількість її користувачів стрімко зменшилася (MySpace, n.d.).

Соціальні мережі швидко набувають популярності і в Україні: за даними дослідження GlobalLogic, у 2021 р. кількість користувачів становила 60 % усього населення країни, у липні 2022 р. – 76,6 % (Жила, 2022). Відповідно, зростає і час користування інтернетом. Зокрема, у 2022 р. 79 % населення користувалися інтернетом щодня (рис. 1).

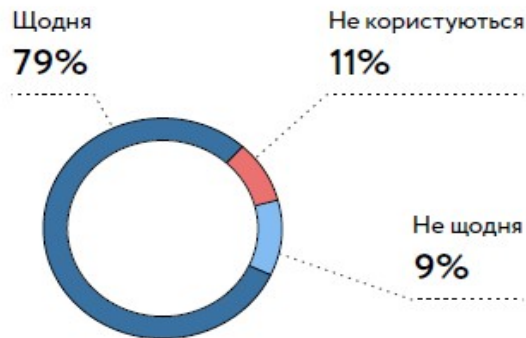


Рис. 1. Користування інтернетом (липень 2022 р.)

Джерело: (Демократія, права і свободи, 2022, с.56).

На початок 2023 року в Україні, згідно зі звітом «Digital 2023: Ukraine» (*Digital 2023: Ukraine*, 2023), налічувалося 28,57 млн інтернет-користувачів (79,2 %), 26,70 млн з яких, що становить 74,0 % від загальної чисельності населення, активно користуються соціальними мережами (Керп, 2023b), зокрема 93,5 % загальної бази інтернет-користувачів України (незалежно від віку) використовували хоча б одну платформу соціальних мереж. На той час 53,1 % користувачів соціальних мереж в Україні становили жінки, а 46,9 % – чоловіки (Керп, 2023b).

Щодо рейтингу соціальних мереж серед українських користувачів, то в Україні щороку проводять соціологічні дослідження. Дані опитування компанії Research & Branding Group, проведеного у 2019 і 2020 роках серед населення України, за винятком тимчасово окупованих Росією територій, свідчать, що у 2019 р. найпопулярнішою соцмережею в країні був Facebook (50 % респондентів), другу позицію зайняв YouTube (30 %), третю – Instagram (27 %) (Складено рейтинг популярності, 2019). На початку 2020 року найпопулярнішими соціальними мережами продовжили бути Facebook (58 % респондентів), YouTube (41 %), Instagram (28 %) (Українці назвали найпопулярніші соціальні мережі, 2020). З 2021 року першу

сходинку популярності зайняв YouTube, випередивши Facebook. Кількість українських користувачів у соцмережах станом на 2022 рік зображено на рис. 2.



Рис. 2. Кількість користувачів соцмереж в Україні (GlobalLogic, липень 2022 р.)

Джерело: (Жила, 2022).

За даними рис. 2, рейтинг популярності серед українців у липні 2022 року мав такий вигляд: за кількістю зареєстрованих користувачів першу позицію продовжує займати YouTube (28 млн), другу – Instagram (16,1 млн), третю – Facebook (15,45 млн). TikTok (четверта сходинка) має понад 10,55 млн користувачів, але стрімко набуває популярності – вже з 2021 року TikTok став лідером за кількістю завантажень. За даними дослідження, проведеного на замовлення Громадянської мережі «ОПОРА» (травень-червень 2023 року), рейтинг найпопулярніших соціальних мереж в Україні у 2023 р. не змінився з минулого року: 66,2 % респондентів віддають перевагу YouTube, 55 % – Facebook (Чорна, 2023). За результатами іншого дослідження – «Digital 2023: Ukraine», в Україні станом на січень 2023 року вже відбулися деякі зміни у рейтингу соціальних мереж серед українських користувачів: першу сходинку посідає YouTube (26,70 млн користувачів); на другу позицію вийшов TikTok з 13,01 млн користувачів; на третій позиції, як і у 2022 р., залишився Facebook (12,85 млн); а Instagram з другої сходинки знизився на четверту (11 млн користувачів) (Кемп, 2023b). За віковою категорією перевагу мають TikTok та Instagram серед молоді аудиторії, YouTube і Facebook більше використовує старше покоління (Кемп, 2023b).

З початком повномасштабного вторгнення популярність соціальних мереж і месенджерів дещо змінилася: якщо у 2021 році для спілкування більше використовували Viber (66 %), Facebook (65 %), YouTube (55 %), то у 2022 році першу сходинку зайняв Telegram (66 %), який у 2021 р. був на 5-й позиції. Ці показники характерні і для 2023 року. Початок збройної російської агресії призвів до того, що

багато українців почали використовувати соцмережі і як джерело інформації, на-самперед для отримання новин. Дані рис. 3 свідчать, що саме соціальні мережі на першій позиції в отриманні новин (69%), якщо порівнювати з іншими джерелами (телебачення, новинні інтернет-сайти, радіо, друковані ЗМІ тощо).

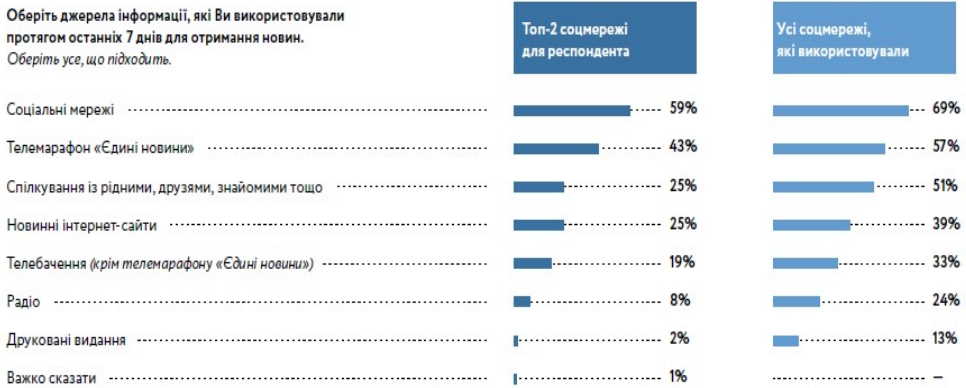


Рис. 3. Джерела інформації для отримання новин (липень 2022 р.)

Джерело: (Демократія, права і свободи, 2022, с.25).

Серед соціальних мереж найпопулярнішим для отримання інформації знов виявився Telegram – як для комунікації, так і для отримання інформації його обирали 66% користувачів, продемонструвавши значне зростання в обох категоріях. Другу й третю сходинки за інформативністю посіли YouTube (61%) і Facebook (58%) (Жила, 2022). До того ж Facebook більше використовується для ознайомлення зі ставленням до тієї чи тієї події, оскільки його важливою характеристикою є коментарі. YouTube все частіше використовують замість телебачення та для пошуку відео. У перші місяці війни також спостерігали зменшення кількості українських користувачів таких соцмереж, як Facebook (на 150 тис.), Instagram (на 2,5 млн) (Сомова, 2022). На такі коливання могло вплинути те, що більшість користувачів Instagram виїхала за кордон, українці менше часу почали проводити в соцмережах тощо. Результати опитування респондентів іншого щоденникового соціологічного дослідження, яке провів Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) у липні 2022 року (Споживання новин в Україні, 2022, с.6), підтверджують, що провідну позицію серед соцмереж, месенджерів і сервісів в Україні займає Telegram, на який покладається більшість опитаних (81,5%) з метою отримання інформації про події в країні. Крім того, серед користувачів цієї соцмережі 63,9% вважають Telegram головним джерелом інформації (Споживання новин в Україні, 2022, с.6). Facebook і YouTube використовують відповідно 57,2% і 55,2% опитаних, проте значно менше респондентів (відповідно 9,3% і 7,2%) вважають головним джерелом інформації ці соцмережі. Подібна ситуація і з месенджером Viber, хоча він і досить популярний в Україні не тільки для спілкування, а й для отримання інформації (41,2%), насамперед завдяки Viber-каналу «Блискавка»,

проте головним джерелом інформації його назвали лише 4,5 % опитаних. Наведений рейтинг соцмереж за отриманням інформації в Україні підтверджує і тиждень опитування КМІС у липні 2022 року (Демократія, права і свободи, 2022, с.12).

Подібні тенденції спостерігаємо і за результатами інших досліджень останніх років, зокрема дослідження ОПОРИ «Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни» (Медіаспоживання українців, 2023). Проведені опитування свідчать, що протягом активної фази російсько-української війни простежують збільшення кількості користувачів для отримання новин у Telegram – з 65,7 % у 2022 р. до 71,3 % у 2023 р., YouTube – з 61,2 % у 2022 р. до 66,2 % у 2023 р., водночас Facebook поступово скорочує охоплення аудиторії та втрачає позиції споживання новин (57,8 % у 2022 р. і 55 % у 2023 р.), майже на тому самому рівні залишився Instagram (відповідно 29,1 % і 29,5 %) (Медіаспоживання українців, 2023). Для порівняння з довоєнним періодом: серед соцмереж для отримання актуальної інформації перші позиції посідали Facebook і YouTube. Згідно з дослідженням «Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р.» (2022), проведеним InMind на замовлення міжнародної організації Internews, у 2021 році на Telegram припадало лише 20 % користувачів (ця соцмережа тоді посідала третю позицію), на першій сходинці був Facebook (43 %), а у 2020 р. Telegram був навіть на 5-й сходинці. Тенденції щодо користування соціальними мережами під час війни для отримання інформації, зокрема новин про Україну, спостерігають і в українців – вимушених переселенців за кордоном: 89 % опитаних у квітні-травні 2023 року відповіли, що споживають новини у Telegram (Українці за кордоном, 2023); найбільш популярними соцмережами є також Facebook, YouTube, Instagram, TikTok.

Аналіз середніх показників споживання інформації в соцмережах свідчить, що середній час, який витрачається на медіаспоживання, дещо вищий для YouTube (32 хвилини) і дещо нижчий для Telegram (25 хвилин) (Споживання новин в Україні, 2022, с.16), тобто у Telegram споживається більше повідомлень, але меншої тривалості в порівнянні з іншими соцмережами. Дослідження також свідчать, що користувачі віддають перевагу таким видам контенту в соцмережах, як коротке відео (62 %) і короткі інформаційні повідомлення (61 %), найменше – аудіоматеріалам (15 %) (Демократія, права і свободи, 2022, с.29), іншим видам контенту віддають перевагу не більше чверті користувачів. До того ж Telegram-канали використовують більше для політичних сторінок (24 джерела), Facebook – для політичних блогів (12 джерел); YouTube – для бізнес-освіти (2 джерела) (Україна: дослідження споживання, б.д.).

Під час дослідження КМІС на замовлення ОПОРИ «Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни» (2022), проведеного у липні 2022 року, також проаналізовано й представлено статистичні дані щодо користування соцмережами українського населення для отримання інформації за віковою категорією, за статтю, макрорегіонами, типом населеного пункту тощо (с.34). За віковою категорією більше користувалася соцмережами молодь, ніж люди похилого віку. Зокрема, особи 18–29 років використовують для отримання інформації Telegram (76 %), YouTube (25 %), Instagram (22 %), Facebook (18 %); тоді як старше покоління 60+ більше використовує YouTube (22 %), Facebook (15 %), Telegram (9 %), а Instagram і TikTok майже ні – лише по 3 %. Хоча Facebook і посту-

пається Telegram та YouTube, проте це свідчить, що Facebook лише втрачає свій вплив як джерело новин. Відмінності у виборі соціальних мереж за статевим розподілом є найпомітнішими: у січні 2023 року чоловіки більше використовували YouTube (73,2 %), жінки – Telegram (76,1 %); на другій позиції серед чоловіків – Telegram (65,7 %), серед жінок – Facebook (61 %); третьою за популярністю соцмережею серед чоловіків є Facebook (48,2 %), серед жінок – YouTube (60,1 %). Жінки віддають перевагу більше, ніж чоловіки, Instagram (35,5 % жінки, 22,6 % чоловіки) і TikTok (відповідно 28 % і 21,8 %) (Медіаспоживання українців, 2023).

Аналіз результатів дослідження за населеними пунктами свідчить, що, як і раніше, останніми роками соцмережами користується переважно населення у великих містах, і найменше – у селах (Медіаспоживання українців, 2023, с.17). За разом в усіх населених пунктах першу позицію для отримання інформації у 2022 і 2023 роках займає Telegram, як і в цілому по Україні. Набирають популярності міські / локальні телеграм-канали. Якщо порівняти міру використання соціальних мереж за макрорегіонами, то простежується така тенденція: соцмережею Telegram більше користуються в східних регіонах (79,3 % у 2023 р.), менше – у західних (64,3 %), тоді як Facebook, навпаки, використовують більше у західних регіонах (58,1 % у 2023 р.) і менше – у східних (50,0 %). Аналогічна ситуація і з використанням месенджера Viber (Медіаспоживання українців, 2023, с.15).

Висновки. Наведені результати численних досліджень соціальних мереж та їх користувачів дають підстави визначити основні тенденції функціонування соціальних мереж останніх років в Україні: стрімко зростає кількість користувачів соціальних мереж, утім кількість часу, проведеного в мережі у 2023 р., знижується; під час російсько-української війни однією з важливих функцій соцмереж стала інформаційна, зокрема для надання новин; якщо взяти до уваги вікову категорію, то більше соціальними мережами користується молоде покоління, менше – люди похилого віку; щодо населених пунктів, то кількість користувачів соціальних мереж значно вища у великих містах, ніж у сільській місцевості; найбільш популярними серед населення України є Telegram, YouTube, Instagram, TikTok; найбільш молодіжними соціальними мережами є Instagram, TikTok; найбільший інтерес для українських користувачів соцмереж являє розважальна та пізнавальна тематика; збільшується кількість інфлюенсерів у соцмережах тощо.

Отже, зі зростанням в усьому світі доступу до інтернету, з активним розвитком і вдосконаленням цифрових технологій, розширенням функцій більшості соцмереж зростає, вірогідно, і надалі зростатиме кількість користувачів. У цілому можна відзначити продовження відходу від традиційних ЗМІ та збільшення обсягів споживання інформації, у тому числі й культурологічного спрямування, з інтернету та соціальних мереж / месенджерів.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Бочко, О.Ю., Кузяк, В.В. та Aleksandraviciute, V., 2020. Дослідження ринку соціальних мереж світу. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*, [e-journal] 16 (1), с.84-93. <https://doi.org/10.15330/apred.1.16.84-93>
- Вахула, Б.Я., 2012. Соціальні інтернет-мережі, їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, 6, с.311-319.
- Гарматій, О. та Онуфрив, С., 2021. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*, [e-journal] 2 (2), с.45-52. <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.045>
- Городенко, Л.М., 2011. Мережеві комунікації у структурі соціальних комунікацій. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2, с.15-19.
- Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни: Результати опитування КМІС для ОПОРИ, 2022. *Київський міжнародний інститут соціології*, [online] 17 серпня. Доступно: <<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1132&page=1>> [Дата звернення 15 червня 2023].
- Динник, І., 2017. Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку. *Ефективність державного управління*, 1 (50), с.64-69.
- Добреля, О., 2023. Історія розвитку соціальних мереж: основні періоди. *Вісник Книжкової палати*, 7, с.29-36.
- Дубняк, К.В., 2014. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*, 3, с.122-126.
- Жила, Н., 2022. Найпопулярніші соцмережі в Україні під час війни – дослідження Global Logic. *Mezha*, [online] 06 серпня. Доступно: <<https://mezha.media/2022/08/06/napopuliarnishi-sotsmerezhi-v-ukraini-pid-chas-viyny-doslidzhennia-global-logic/>> [Дата звернення 30 травня 2023].
- Іванина, Р., 2023. We are social 2023: соціальні мережі, інтернет та тенденції електронної комерції. *Elit*, [online] 20 лютого. Доступно: <<https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023>> [Дата звернення 17 липня 2023].
- Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ, 2023. *Громадянська мережа ОПОРА*, [online] 10 липня. Доступно: <https://www.opora.ua.org/polit_ad/mediaspozivannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796> [Дата звернення 12 липня 2023].
- Найпопулярніші соціальні мережі у світі станом на січень 2022, 2022. *Marketer*, [online] 29 квітня. Доступно: <<https://marketer.ua/ua/the-most-popular-social-networks-in-the-world-as-of-january-2022/>> [Дата звернення 15 червня 2023].
- Найпопулярніші соцмережі у світі – рейтинг, 2023. *AIN.UA*, [online] 09 березня. Доступно: <<https://ain.ua/2023/03/09/najpopulyarnishi-soczmerezhi-u-sviti-rejtyng/>> [Дата звернення 20 червня 2023].
- Ноздріна, Л.В., 2011. Аналіз соціальної мережі як продукту Веб-проекту. В: *Управління проектами: стан та перспективи*, 7-ма міжнародна науково-практична конференція, Миколаїв, Україна, 20-23 вересня 2011 р. Миколаїв: Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова с.233-236.
- Сенченко, М.І. та Сенченко, О.М., 2021. *Від ери Гутенберга до ери Цукерберга... Переваги і недоліки прийняття друкованого та електронного тексту*. Київ: Ліра-К.

Складено рейтинг популярності соціальних мереж в Україні, 2019. *РБК-Україна*, [online] 12 квітня. Доступно: <<https://www.rbc.ua/ukr/news/sostavlen-reyting-populyarnosti-sotsialnyh-1555070035.html>> [Дата звернення 05 червня 2023].

Сомова, О., 2022. Як змінився рейтинг соціальних мереж в Україні та світі: актуальна статистика після 24 лютого 2022 року. *Webpromo*, [online] 22 липня. Доступно: <<https://web-promo.ua/ua/blog/kak-izmenilsya-rejting-sotsialnyh-setej-v-ukraine-i-mire-aktualnaya-statistika-posle-24-fevralya-2022-goda/>> [Дата звернення 15 липня 2023].

Споживання новин в Україні. Результати щоденникового опитування, 2022. *Громадянська мережа ОПОРА*, [online] 17 серпня. Доступно: <<https://www.oporaua.org/viyna/spozhivannia-novin-v-ukrayini-shchodennikove-opituvannia-24251>> [Дата звернення 10 травня 2023].

Україна: дослідження споживання та сприйняття медіаконтенту, б.д. *Thomson Reuters Foundation*. [online] Доступно: <https://epim.trust.org/application/velocity/_newgen/assets/TRFUkraineReport_UKRAINE.pdf> [Дата звернення 10 травня 2023].

Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р., 2022. *Internews*. [online] Доступно: <<https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf>> [Дата звернення 15 березня 2023].

Українці за кордоном найбільше цікавляться політичними подіями на Батьківщині – «ОПОРА», 2023. *Укрінформ*, [online] 24 липня. Доступно: <<https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/3739913-ukrainci-za-kordonom-najbilshe-cikavlatsa-politichnimi-podiami-na-batkvivsinii-opora.html>> [Дата звернення 27 липня 2023].

Українці назвали найпопулярніші соціальні мережі, 2020. *РБК-Україна*, [online] 26 лютого. Доступно: <<https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraintsy-nazvali-samyje-populyarnye-sotsialnye-1582734412.html>> [Дата звернення 05 червня 2023].

Чорна, О., 2023. «Опора»: Основним джерелом інформації майже 80% українців є соціальні мережі. *Детектор медіа*, [online] 10 липня. Доступно: <<https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintziv-ie-sotsialni-merezhi/#:~:text=%>>> [Дата звернення 19 липня 2023].

Custer, C., 2016. 3 reasons WeChat failed internationally (and most other Chinese apps do too). *Tech in Asia*, [online] 26 May. Available at: <<https://www.techinasia.com/3-reasons-wechat-failed-internationally-chinese-apps>> [Accessed 16 April 2023].

Jura, 2023. Статистика та тенденції соціальних мереж у 2023 році. *TechUkraine.net*, [online] 25 квітня. Доступно: <<https://cutt.ly/FwzxBu2R>> [Дата звернення 20 червня 2023].

Kemp, S., 2023a. Digital 2023: Global Overview Report. *Datareportal*, [online] 26 January. Available at: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>> [Accessed 10 June 2023].

Kemp, S., 2023b. Digital 2023: Ukraine. *Datareportal*, [online] 14 February. Available at: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine>> [Accessed 15 June 2023].

MacArthur, A., 2023. The Real History of X (Formerly Twitter), in Brief. *Lifewire*, [online] 28 July. Available at: <<https://www.lifewire.com/history-of-twitter-3288854>> [Accessed 28 July 2023].

Moore, E., 2021. The 20 most used social networks in the world (and their figures). *Warbletoncouncil*, [online] 12 January. Available at: <<https://warbletoncouncil.org/redes-sociales-667>> [Accessed 10 June 2023].

Most popular social networks worldwide as of October 2023, ranked by number of monthly active users, 2023. *Statista*, [online] 14 February. Available at: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>> [Accessed 10 July 2023].

MySpace. Web site, n.d. *Encyclopedia Britannica*. [online] Available at: <<https://www.britannica.com/topic/Myspace>> [Accessed 12 May 2023].

Youtube Statistics – 2 Billion Views Per Day [Infographic], 2010. *Clean Cut Media*, [online] 1 June. Available at: <<https://cleancutmedia.com/video/youtube-statistics-2-billion-views-per-day-infographic>> [Accessed 05 July 2023].

YouTube, n.d. *Wikipedia*. [online] Available at: <<https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>> [Accessed 15 July 2023].

REFERENCES

Bochko, O.Iu., Kuziak, V.V. and Aleksandraviciute, B., 2020. Doslidzhennia rynku sotsialnykh merezh svitu [Investigation of the global social networking market]. *The Actual Problems of Regional Economy Development*, [e-journal] 16 (1), pp.84-93. <https://doi.org/10.15330/apred.1.16.84-93>

Chorna, O., 2023. "Opora": Osnovnym dzherelom informatsii maizhe 80% ukraintsiv ye sotsialni merezhi ["Support": Social networks are the main source of information for almost 80% of Ukrainians]. *Detektor media*, [online] 10 July. Available at: <<https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintsiv-ie-sotsialni-merezhi/#:~:text=%>> [Accessed 19 July 2023].

Custer, C., 2016. 3 reasons WeChat failed internationally (and most other Chinese apps do too). *Tech in Asia*, [online] 26 May. Available at: <<https://www.techinasia.com/3-reasons-wechat-failed-internationally-chinese-apps>> [Accessed 16 April 2023].

Demokratiia, prava i svobody hromadian ta mediaspozhyvannia v umovakh viiny: Rezultaty opytuvannia KMIS dlia OPORY [Democracy, rights and freedoms of citizens and media consumption in the conditions of war: results of the kiis survey for opora], 2022. *Kyiv International Institute of Sociology*, [online] 17 August. Available at: <<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1132&page=1>> [Accessed 15 July 2023].

Dobrelia, O., 2023. Istoriia rozvytku sotsialnykh merezh: osnovni periody [History of the development of social networks: main periods]. *Bulletin of the Book Chamber*, 7, pp.29-36.

Dubniak, K.V., 2014. Sotsialni merezhi Internet yak zasib obminu informatsiieiu [Internet social networks as a means of information exchange]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsiyi*, 3, pp.122-126.

Dynnyk, I., 2017. Sotsialni merezhi yak zasib suspilnoho rozvytku [Social networks as an instrument of social development]. *Efficiency of public administration*, 1(50), pp.64-69.

Harmatii, O. and Onufriv, S., 2021. Sotsialni merezhi yak dzherelo informatsii u roboti zhurnalista [Social networks as an information source in journalist work]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Journalism*, [e-journal] 2(2), pp.45-52. <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.045>

Horodenko, L.M., 2011. Merezhevi komunikatsii u strukturi sotsialnykh komunikatsii [Network communications in the structure of social communications]. *State and regions. Series: Public Management and Administration*, 2, pp.15-19.

Ivanyna, R., 2023. We are social 2023: sotsialni merezhi, internet ta tendentsii elektronnoi komertsii [We are social 2023: social networks, the Internet and e-commerce trends]. *Elit*, [online] 20 February. Available at: <<https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023>> [Accessed 17 July 2023].

Jura, 2023. Statystyka ta tendentsii sotsialnykh merezh u 2023 rotsi [Social media statistics and trends in 2023]. *TechUkraine.net*, [online] 25 April. Available at: <<https://cutt.ly/FwzxBu2R>> [Accessed 20 June 2023].

Kemp, S., 2023a. Digital 2023: Global Overview Report. *Datareportal*, [online] 26 January. Available at: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>> [Accessed 10 June 2023].

Kemp, S., 2023b. Digital 2023: Ukraine. *Datareportal*, [online] 14 February. Available at: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine>> [Accessed 15 June 2023].

MacArthur, A., 2023. The Real History of X (Formerly Twitter), in Brief. *Lifewire*, [online] 28 July. Available at: <<https://www.lifewire.com/history-of-twitter-3288854>> [Accessed 28 July 2023].

Mediaspozhyvannia ukrainsiv: druhyi rik povnomasshtabnoi viiny. Opytuvannia OPORY [Media consumption habits of Ukrainians: the second year of full-scale war], 2023. *Hromadianska meretzha OPORA*, [online] 10 July. Available at: <https://www.oporua.org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796> [Accessed 12 July 2023].

Moore, E., 2021. The 20 most used social networks in the world (and their figures). *Warbletoncouncil*, [online] 12 January. Available at: <<https://warbletoncouncil.org/redes-sociales-667>> [Accessed 10 June 2023].

Most popular social networks worldwide as of October 2023, ranked by number of monthly active users, 2023. *Statista*, [online] 14 February. Available at: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>> [Accessed 10 July 2023].

MySpace. Web site, n.d. *Encyclopedia Britannica*, [online] Available at: <<https://www.britannica.com/topic/Myspace>> [Accessed 12 May 2023].

Naipopuliarnishi sotsialni meretzi u sviti stanom na sichen 2022 [The World's Most Popular Social Networks as of January 2022], 2022. *Marketer*, [online] 29 April. Available at: <<https://marketer.ua/ua/the-most-popular-social-networks-in-the-world-as-of-january-2022/>> [Accessed 15 June 2023].

Naipopuliarnishi sotsmeretzi u sviti – reitynh [The most popular social networks in the world – rating], 2023. *AIN.UA*, [online] 09 March. Available at: <<https://ain.ua/2023/03/09/najpopulyarnishi-soczmerezhi-u-sviti-rejtyng/>> [Accessed 20 June 2023].

Nozdrina, L.V., 2011. Analiz sotsialnoi meretzi yak produkta Veb-proektu [Analysis of the social network as a product of the Web project]. In: *Upravlinnia proektamy: stan ta perspektyvy* [Project Management: Status and Prospects], 7th International Scientific and Practical Conference, Mykolaiv, Ukraine, September 20-23, 2011. Mykolaiv: Admiral Makarov National University of Shipbuilding, pp.233-236.

Senchenko, M.I. and Senchenko, O.M., 2021. *Vid ery Hutemberha do ery Tsukerberha... Perevahy i nedoliky spryiniattia drukovanoho ta elektronnoho tekstu* [From the era of Gutenberg to the era of Zuckerberg... Advantages and disadvantages of the perception of printed and electronic text]. Kyiv: Lira-K.

Skladeno reitynh populiarnosti sotsialnykh merezh v Ukraini [The ranking of the popularity of social networks in Ukraine was compiled], 2019. *RBC-Ukraine*, [online] 12 April. Available at: <<https://www.rbc.ua/ukr/news/sostavlen-rejting-populyarnosti-sotsialnyh-1555070035.html>> [Accessed 05 June 2023].

Somova, O., 2022. Yak zminyvsia reitynh sotsialnykh merezh v Ukraini ta sviti: aktualna statystyka pislia 24 liutoho 2022 roku [How the rating of social networks in Ukraine and the world has changed: current statistics after February 24, 2022]. *Webpromo*, [online] 22 July. Available at: <<https://web-promo.ua/ua/blog/kak-izmenilsya-rejting-soczialnyh-setej-v-ukraine-i-mire-aktualnaya-statistika-posle-24-fevralya-2022-goda/>> [Accessed 15 July 2023].

Spozhyvannia novyn v Ukraini. Rezultaty shchodennykovoho opytuvannia [News consumption in Ukraine. Results of the daily survey], 2022. *Hromadianska meretzha OPORA*, [online] 17 August. Available at: <<https://www.oporaua.org/viyna/spozhyvannia-novin-v-ukrayini-shchodennikove-opytuvannia-24251>> [Accessed 10 May 2023].

Ukraina: doslidzhennia spozhyvannia ta spryiniattia mediakontentu [Ukraine: research on consumption and perception of media content], n.d. *Thomson Reuters Foundation*. [online] Available at: <https://epim.trust.org/application/velocity/_newgen/assets/TRFUkraineReport_UKRAINE.pdf> [Accessed 10 May 2023].

Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2022 r. [Ukrainian media, attitudes and trust in 2022], 2022. *Internews*. [online] Available at: <<https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf>> [Accessed 15 bereznia 2023].

Ukrainci nazvaly naipopuliarnishi sotsialni meretzi [Ukrainians named the most popular social networks], 2020. *RBC-Ukraine*, [online] 26 February. Available at: <<https://www.rbc.ua/ukr/news/ukrainsy-nazvali-samye-populyarnye-sotsialnye-1582734412.html>> [Accessed 05 June 2023].

Ukrainci za kordonom naibilshe tsikavliatsia politychnymy podiiamy na Batkivshchyni – "OPORA" [Ukrainians abroad are most interested in political events in the Motherland – "OPORA"], 2023. *Ukrinform*, [online] 24 July. Available at: <<https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/3739913-ukrainci-za-kordonom-najbilshe-cikavlatsa-politichnimi-podiami-na-batkivsini-opora.html>> [Accessed 27 July 2023].

Vakhula, B.Ia., 2012. Sotsialni internet-meretzi, yikhni funktsii ta rol u formuvanni hromadianskoho suspilstva [Social Internet networks, their functions and role in the formation of civil society]. *Visnyk of the Lviv University. Series Sociology*, 6, pp.311-319.

Youtube Statistics – 2 Billion Views Per Day [Infographic], 2010. *Clean Cut Media*, [online] 1 June. Available at: <<https://cleancutmedia.com/video/youtube-statistics-2-billion-views-per-day-infographic>> [Accessed 05 July 2023].

YouTube, n.d. *Wikipedia*. [online] Available at: <<https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>> [Accessed 15 July 2023].

Zhyla, N., 2022. Naipopuliarnishi sotsmeretzi v Ukraini pid chas viiny – doslidzhennia Global Logic [The most popular social networks in Ukraine during the war – research by Global Logic]. *Mezha*, [online] 06 August. Available at: <<https://mezha.media/2022/08/06/naypopuliarnishi-sotsmeretzi-v-ukraini-pid-chas-viyny-doslidzhennia-global-logic/>> [Accessed 30 May 2023].

UDC 316.472.4:004.738.5]:311.21***Oleh Havryliuk,****PhD student,**Kyiv National University of Culture and Arts,**Kyiv, Ukraine**oleg.gavryliuk@ukr.net**<https://orcid.org/0009-0000-2294-5935>*

STATISTICS AND TRENDS IN THE FUNCTIONING OF SOCIAL NETWORKS

The purpose of the article is to analyse the statistics and trends in the functioning of social networks in the world and Ukraine according to various criteria.

Research methods. General scientific methods of analysis and synthesis were used, which allowed achieving the goal.

The scientific novelty of the results obtained is to identify, based on the analysis of a broad statistical base, the trends in the functioning of social networks in the world and Ukraine according to various criteria.

Conclusions. With the emergence of Web 2.0, end users are directly involved in changing the future of the WWW in terms of its structure, design and usefulness. In this context, social networks are becoming an application capable of not only establishing but also managing explicit relationships between users. It is emphasised that the reasons for the popularity of social networks are that they promote the vision of a human-centred network, where a network of people and their interests become a source of information that is constantly available in the same network. Based on the analysis of available statistical data, the author concludes that the main trends in the functioning of social media in Ukraine in recent years are as follows: a rapid increase in the number of social media users, but the amount of time spent by users on the network in 2023 is decreasing; during the Russian-Ukrainian war, one of the most important functions of social media has become informational, in particular for providing news; by age, younger people use social media more, and older people less; taking into account settlements, the number of social media users is much higher in large cities than in rural areas; entertainment and educational topics are of the greatest interest to Ukrainian social media users; the number of influencers on social media is increasing, etc.

Keywords: social media; Internet users; Web 2.0; social media ratings; Facebook; YouTube; Instagram.

29.07.2023