

## ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

УДК 316.774:004.738.5:327

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.43.27>

### СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ (НА ПРИКЛАДІ СОЦМЕРЕЖІ ТІК ТОК)

**Ольга Анісімович-Шевчук**

*Національний університет «Львівська політехніка»,  
Інститут математики та фундаментальних наук,  
кафедра міжнародної інформації  
бул. Митрополита Андрія, 5, 79000, Львів, Україна*

**Дарія Панько**

*Національний університет «Львівська політехніка»,  
Інститут математики та фундаментальних наук,  
кафедра міжнародної інформації  
бул. Митрополита Андрія, 5, 79000, Львів, Україна*

Проаналізовано роль і значення соціальних мереж у процесі формування громадської думки. Наголошено, що ці інформаційно-комунікаційні технології слугують своєрідним полем для обміну думками. Вони уможливили виникнення поняття глобальної публічної сфери як особливого простору, де відкрито обговорюються важливі суспільно-політичні питання сьогодення, відбувається процес формування громадської думки, в тому числі міжнародного рівня. Адже особливого значення в процесі глобалізації набуває суспільна підтримка, довіра до владних інститутів так і до сучасних медіа, соціальних мереж як нових способів комунікації та поширення інформації. При цьому глобальна публічна сфера може виявлятися як у формі безпосередньої міжособистісної, так і масово-опосередкованої.

У статті зосереджено увагу на аналізі інформаційно-комунікаційних можливостей сучасних соціальних мереж, подано їх класифікацію. Соціальні мережі – це програмні технології, які сприяють створенню віртуальних співтовариств, які складаються з людей з однаковими інтересами, діяльністю, що обмінюються інформацією, думками, ідеями. І такий обмін думками відбувається не лише в межах однієї держави, але й на міжнародному рівні.

Об'єктом аналізу виступили соціальні мережі, що використовуються європейськими політичними інституціями, а предметом – соціальна мережа ТікТок як альтернативна інформаційно-комунікаційна технологія сьогодення. На прикладі Європейського Союзу охарактеризовано спектр соціальних мереж, які використовуються суб'єктами міжнародних відносин для інформування громадськості, представлення своїх інтересів, підтримання двостороннього зв'язку.

Акцентовано увагу на особливостях роботи соціальної мережі ТікТок як перспективної альтернативної технології сьогодення, яка з розважального інтернет-застосунку перетворюється на засіб інтерактивної взаємодії в суспільно-політичному житті міжнародної спільноти. Пояснено алгоритм роботи соцмережі ТікТок. Особливістю ТікТок є й те, що дана соціальна мережа створює певну «інформаційну кульку» довкола вподобань конкретного користувача, проте так звані «вірусні» відео потрапляють в тренди ТікТок, а в рекомендаціях вони пропонуються всім користувачам, незалежно від їхніх передплат.

У статті наведено приклади використання соціальної мережі ТікТок міжнародними організаціями. Обумовлено її застосування як інструменту популяризації нашої держави за кордоном. Наголошено на перспективах розвитку цієї соціальної мережі в Україні та світі.

*Ключові слова:* соціальні мережі, глобалізація, міжнародні відносини, громадська думка, інформаційно-комунікаційні технології.

У час глобалізації суб'єкти міжнародної політики з метою просування своїх інтересів на міжнародній арені шукають все нові форми інформаційно-комунікаційної взаємодії. При цьому важливими механізмами забезпечення інтернет-комунікацій суб'єктів політики виступають соціальні мережі. Соціальні мережі стали своєрідним полем для обміну думками, слугують своєрідним способом підняття певної проблеми в суспільстві та світі, сприяючи виникненню відкритої глобальної публічної сфери. Міжнародні актори щоразу більше у своїй діяльності використовують ці механізми соціальної взаємодії (форуми, блоги, мікроблоги тощо) для здійснення впливу на міжнародну громадськість. І тому щороку палітра соціальних мереж, задіяних у міжнародні суспільно-політичні процеси, урізноманітнюється та набуває нових форм.

Завдяки створенню соціальних мереж людство вийшло на новий рівень комунікації про, що й зазначають як закордонні (А. Бейвлас, П. Бурдєс, П. Едьош, А. Реньї та багато інших) так і українські дослідники (В. Бебик, О. Гриценко, О. Зернецька, А. Єрмоленко, Г. Почепчов та багато інших). Ряд вчених активно досліджують проблематику соціальних мереж в контексті вивчення громадської думки (М. Кастельс, М. Рудик, Л. Чуприна та інші). Про можливості соціальних мереж як інструментів «м'якої сили» (публічної дипломатії) писали Д. Белл, Ю. Габермас, М. Маклюен, Е. Тоффлер, В. Бебик, К. Дубняк, О. Гриценко, В. Гулай, В. Максимець, Н. Піпченком та інші.

Саме соціальні мережі, як зазначає українська професор Н. Піпченко, уможливили виникнення поняття глобальної публічної сфери як особливого простору, де відкрито обговорюються важливі суспільно-політичні питання, відбувається процес формування громадської думки [1]. Адже особливого значення в процесі глобалізації набуває суспільна підтримка, довіра до владних інститутів так і до сучасних медіа, соціальних мереж як нових способів комунікації та поширення інформації. При цьому глобальна публічна сфера може виявлятися як у формі безпосередньої міжособистісної, так і масово-опосередкованої, «під впливом активної участі нетрадиційних міжнародних акторів у публічних справах; за допомогою забезпечення рівних громадянських прав і обов'язків, а також довіри та терпимості у світовому співтоваристві; через існування добровільних міжнародних недержавних і неполітичних громадських асоціацій, які підвищують рівень демократії» [1]. І як наголошує Л. Чуприна, «мережева комунікація веде до зростання активності громадської та підвищення її ролі у прийнятті рішень, а здатність до підтримання комунікації з боку влади стає одним з важливих показників ефективності державного управління» [2]. Тому й сьогодні уряди використовують соціальні мережі з метою оперативного донесення інформації та отримання зворотної реакції, покращення якості надання послуг (розвитку електронного урядування) тощо. Даними питаннями також займаються різноманітні асоціації, зокрема «Міжнародна мережа аналізу соціальних мереж» [3], яка зосереджує свою увагу на розкритті закономірностей взаємодії людей у соціальних мережах. В її структуру входять професійні організації, дослідницькі, навчальні центри, які видають підручники, журнали, створюють комп'ютерні програми для полегшення аналізу структурних даних. Адже завдяки сучасним технологіям та мережі Інтернет формується глобальний інформаційний простір, міжнародна громадська думка (думка світової спільноти), що в свою чергу

має вплив на світовий ринок та політичну систему. Процес формування громадської думки відбувається як результат взаємодії певного конкретного глобального явища чи події та окремих інтересів політичних, економічних, інформаційних акторів [4].

Метою ж даного дослідження є аналіз інформаційно-комунікаційних можливостей соціальних мереж з метою формування міжнародної громадської думки. Об'єктом аналізу виступили соціальні мережі, що використовуються політичними інституціями, а предметом – соціальна мережа ТікТок як альтернативна інформаційно-комунікаційна технологія сьогодення.

Загалом в науковій літературі під соціальною мережею розуміють «веб-сервіс, віртуальне співтовариство, що складається з людей з однаковими інтересами, нахилами, діяльністю» [5]. Це програми, комп'ютерні технології, що полегшують обмін ідеями, думками та інформацією через створення віртуальних мереж і спільнот не лише в межах однієї держави, але й на міжнародному рівні. Вперше термін соціальні мережі використав у 1954 р. Дж. А. Барнес, під якими розумів соціальні структури, утворені індивідами, організаціями. Хоча «початок сучасної теорії соціальних мереж поклали в 1951 р. Р. Соломонофф і А. Раппопорт. У 1959–1968 рр. угорські математики П. Ердос і А. Рен'ї» [5] описали основні принципи формування соціальних мереж. Теорія соціальних мереж припускає, що чим міцніші соціальні зв'язки між людьми, тим активніше вони спілкуються між собою і використовують для цього соціальні мережі, тобто на належному рівні реалізують свої комунікаційні можливості. Тому й соціальні мережі – це не лише ретранслятори інформації, але й її творці, контролери. Адже «суспільне життя залежить значно від характеру засобів, за допомогою яких люди підтримують між собою зв'язок, ніж від змісту їх повідомлення» [6]. У соціальній мережі користувач може знаходитися в центрі системи, а може належати до декількох груп одночасно. При цьому соціальні мережі використовуються для формування соціального капіталу – групового ресурсу, який може вимірюватися на індивідуальному рівні і становити потенціал взаємної довіри, взаємодопомоги, що виникатиме у відносинах між людьми (Дж. Коулман, Ф. Фукуяма).

У глобальному інтернет просторі існує безліч різноманітних соціальних мереж, які можна класифікувати за різними ознаками. Зокрема, за доступністю (закриті, відкриті, змішані). Ми ж у своєму дослідницькому аналізі використали всі відкриті соціальні мережі міжнародного рівня (Facebook, Instagram, ТікТок та інші). За географічним розташуванням соціальні мережі поділяють на ті, що поширюються на міжнародному рівні, в окремій державі, регіоні. За спрямуванням їх відносять до особистих, професійних, тематичних тощо. Так, дослідник А. Турчин класифікує соціальні мережі: для спілкування (наприклад, Facebook), для обміну медіа контентом (наприклад, Instagram, YouTube), для колективних переговорів, авторського запису (наприклад, Twitter, Blogger), сервіси соціальних закладок, соціальні мережі за інтересами [7].

Соціальні мережі виступають своєрідним полем для обговорень та обміну думками, уникаючи кордони та слугуючи способом підняття певної проблеми в суспільстві та світі загалом [8]. Як зазначив французький соціолог Г. Тард, публіка виступає творцем громадської думки (сукупності думок та відповідей на запитання сучасності), при чому головною її рисою є рух думок, які створює ця публіка [9]. Якщо ж виходити з процесу глобалізації та особливостей поширення «світової павутини» (Інтернету), то слід зазначити, що глобальна громадська думка – це термін, який виходить за межі країни та охоплює світову спільноту. Тепер даний термін виступає не просто як наслідок суспільної діяльності громадян, а як окрема інституція, що формується політичними лідерами та партіями, урядами країн світу та глобальним громадянським суспільством, політичними й економічними акторами тощо

[10]. До чинників, що впливають на формування глобальної громадської думки, відносять зацікавленість стосовно певної події, явища та її здатності впливати на політику на міжнародній арені.

У сучасному глобалізованому інформаційному просторі формується світовий громадський порядок денний, що являє собою ієрархію конкретних політичних проблем, які мають відношення до інтересів «ситуативно-оформленої і територіально розосередженої громадськості в певний період часу, що призводить до перенесення інформаційних інтересів, запитів мас-медіа і масової аудиторії зі сфери «великої політики», організованої урядовим представництвом, у сферу повсякденного життя й поведінку окремих індивідів, створюючи нові форми політичного життя» [1]. Відповідно уряди країн поступово переходять до діалогу, взаємодії, враховуючи рекомендації громадськості при прийнятті зовнішньополітичних рішень. Міжнародна інтернет-комунікація в контексті соціальних мереж як інструментів зовнішньополітичної діяльності дозволяє інформувати як про успіхи урядових інститутів, так і здійснювати маніпулятивний вплив на громадську думку.

Наприклад, в Європейському Союзі, частиною якого намагається стати Україна, «більше половини населення використовує соціальні мережі як основне джерело інформації» [11]. Зокрема, 100 % усіх європейських урядів мають акаунти у Facebook, а найбільшу в Європі кількість підписників (59 мільйонів) має у Twitter та Instagram Папа Римський Франциск. Європейська служба зовнішніх справ та Міністерство закордонних справ і розвитку Великобританії – пов'язане з понад 130 світовими лідерами у Twitter [12].

Не залишаються осторонь від соціальних мереж і такі великі міжнародні організації як Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), Європейський центральний банк (ЄЦБ), Європейська патентна організація, Європейське космічне агентство (ESA), Європейська організація з безпеки аеронавігації (EUROCONTROL). Дані організації активно ведуть сторінки в Facebook, Instagram, Twitter, YouTube та LinkedIn. Це говорить про те, що дипломати разом з міжнародними організаціями намагаються підтримувати свою присутність у популярних соціальних мережах. Дослідивши окремо інституції ЄС, можна зазначити, що Європейський Парламент представлений у Facebook, Twitter, Flickr, LinkedIn, YouTube, Instagram, Pinterest, Snapchat, Reddit; Європейська рада – Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn; Рада Європейського Союзу – Facebook, Twitter, YouTube; Європейська Комісія – Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn; Суд Європейського Союзу – Twitter, LinkedIn, YouTube; Суд аудиторів – Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn; Європейський центральний банк – Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Flickr. При цьому офіційні сторінки даних інституцій, можна переглядати мовами країн-членів Європейського Союзу. І як свідчить порівняльний аналіз даних інституцій, практично всі вони використовують Twitter, на другому місці LinkedIn, тоді йде Facebook, Instagram та YouTube. Це засвідчує потребу в швидкому поширенні найактуальнішої інформації за допомогою коротеньких повідомлень. Однією з перших країн, яка «активно використовує такі сервіси як Twitter, Facebook, Flickr та Youtube з метою популяризації власної держави на світовій арені» [13] є Польща.

Завдяки створенню веб-сайтів, блогів та використанню соціальних мереж, чимало держав активно досягають своїх зовнішньополітичних цілей. Як зазначав дослідник Б. Шварценбах, соціальна мережа Twitter зробила значний внесок в зовнішню політику, тим що було надано доступ до не відфільтрованої інформації та можливість участі в глобальних процесах чи обговореннях, незалежно від національності чи політичного статусу [14].

Станом на січень 2021 року понад 2,7 мільярда користувачів мав Facebook. На другому місці уже кілька років незмінно залишається YouTube – більш ніж 2 мільярди

користувачів. Далі – месенджери WhatsApp та Facebook Messenger, а також Instagram. TikTok займав сьому позицію, а Twitter – взагалі шістнадцяту [15], хоч він є найпопулярнішим серед політиків.

Серед соціальних мереж все більшої популярності набуває відносно молода соціальна мережа TikTok, яка з простого додатку для розваг, що використовували спершу лише підлітки, стала популярною серед молоді і людей старшого віку, в тому числі й в Україні і станом на квітень 2022 року нараховує понад 1 мільярд користувачів [16].

TikTok відкрив нові можливості. Тепер не лише задля розваги варто його скачати, а й за допомогою механізмів його функціонування спробувати підняти важливі питання, формуючи повідомлення відповідно до алгоритму програми. У своїй роботі цей китайський застосунок використовує алгоритми Artificial Intelligence (штучного інтелекту), які швидко видають користувачеві відео, що можуть зацікавити, тим самим формується стрічка «Рекомендацій». Алгоритм спостерігає за діями користувачів (підпискою, лайками, поширенням, коментарями). TikTok визначає ймовірність поведінки користувачів. Якщо на новостворене повідомлення (відео) початкова група реагує позитивно, активність цього облікового запису стає вищою і дана соціальна мережа показує повідомлення ще ширшій аудиторії, яка має схожі інтереси. І якщо «петля» позитивного зворотнього зв'язку повторюється декілька разів, то відео може стати вірусним. Тобто потрапити в тренди незалежно від кількості підписників. Проте, якщо ж початкова так звана «тестова група» не дає жодних відгуків та не має реакцій на відео-повідомлення, програма його показує меншій кількості користувачів, що певним чином обмежує потенційне охоплення аудиторії. Тобто це ніби міні-система голосування, яка повторюється до того часу поки показники не опустяться нижче норми для повідомлення (облікового запису) [17].

Дана соціальна мережа дозволяє розширювати коло споживачів повідомлення на різних рівнях, тим самим допомагаючи впливати на формування громадської думки. Головний алгоритм TikTok ґрунтується на тому, що просування хештегів, тобто ключових слів або фраз перед якими ставлять позначку «#» з конкретним повідомленням дозволяє підняти та поширити проблемне питання. Особливістю TikTok є й те, що соціальна мережа створює певну «інформаційну кульку» довкола вподобань конкретного користувача, проте так звані «вірусні» відео потрапляють в тренди TikTok, а в рекомендаціях вони пропонуються всім користувачам. Для підтвердження роботи алгоритму нами проведено експеримент, який полягав у тому, що на особистій сторінці в TikTok опублікували відео про політиків, які відвідали нашу державу в перші тижні активної фази російсько-української війни 2022 року. Завдяки правильно створеному повідомленню з вдало підібраним контентом, за місяць часу його передивилося майже 1 мільйон користувачів.

Враховуючи ситуацію, яка склалася після 24 лютого 2022 року, важливо зазначити, що на підтримку України, соціальні мережі вжили спеціальних заходів. Наприклад, TikTok перший хто здійснив геоблокування російських супутників в ЄС, а Facebook обмежив їх доступ на території ЄС.

Як прогнозують дослідники, TikTok у кінці 2022 році стане «третьою соціальною мережею у світі, відразу після Facebook та Instagram», а кількість користувачів TikTok досягне 755,0 мільйонів [18].

Відомі світові організації не залишаються осторонь можливостей TikTok та долучаються до даної соціальної мережі, зокрема це: ООН, Всесвітня організація охорони здоров'я, Міжнародний комітет Червоного Хреста, ЮНІСЕФ та інші. Соціальна мережа TikTok виступає однією з популярних мереж й для поширення інформації про Україну. Так, ВВС приєдналася до TikTok відразу ж розпочавши висвітлення теми України. Та вже через три

дні після свого дебюту, вони перейшли до формату короткого відео, щоб показати, наприклад, як люди ховаються під час бомбардувань [19]. Інформація подається англійською мовою, що дозволяє охопити широку аудиторію за межами України та Європи.

Наша держава можливості ТікТок використовують й для популяризації української культури за кордоном як інструменту публічної дипломатії, а лідери-думок використовують цей засіб інформаційно-комунікаційної взаємодії для підняття важливих питань у соціумі, ЗМІ – для швидкого поширення новин тощо.

Підсумовуючи потрібно зазначити, що соціальні мережі – це канали інформаційно-комунікації взаємодії, які стали невід’ємною складовою суспільно-політичного процесу для поширення, оприлюднення інформації не лише на міжособистісному рівні, але й на міжнародній арені. Саме за допомогою цих інтернет-комунікацій громадська думка не обмежується кордонами однієї держава, а виходить за її межі та може охоплювати весь світ. При цьому соціальні мережі внесли зміни в порядок денний. Через публікації користувачів на своїх сторінках мережі ніби видаляють журналістів, певним чином руйнуючи залежності від традиційних форм спілкування влади і громадськості, вносячи зміни в порядок денний, в тому числі на міжнародній арені. А конкуренція серед цих інформаційно-комунікаційних технологій спонукає пошук нових форми взаємодії, що практично засвідчує долучення суб’єктів міжнародної політики до соціальної мережі ТікТок. Адже в алгоритм роботи ТікТок закладено принцип необхідності відправлення інтерактивного не нав’язливого коротенького й зрозумілого для широкої аудиторії відео повідомлення суспільно-політичного, культурного та іншого змісту.

### Список використаної літератури

1. Піпченко Н. Соціальні медіа як механізм забезпечення інтернет-комунікації у сфері зовнішньої політики. *International relations, part "Political sciences"*. № 17. 2017. [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/view/3322](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3322) (дата звернення 06.06.2022)
2. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструменти реалізації громадських ініціатив. *Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ*. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrument-realizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460)
3. International Network for Social Network Analysis. <https://www.insna.org/> (дата звернення 10.06.2022)
4. Кюссе Л. М. Фактори формування громадської думки в умовах глобалізації. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/2905/%D0%9A%D1%96%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B5%20%D0%A4%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D1%83%D0%BC%D0%BA%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%83%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85%20%D0%B3%D0%BB%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 06.06.2022)
5. Данько Ю.А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство: політичні науки, культурологічні науки*. 2012. URL: [file:///C:/Users/Dell/Downloads/cuc\\_2012\\_2\\_25.pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/cuc_2012_2_25.pdf) (дата звернення 10.06.2022)
6. McLuhan M., Fiore Q. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. [https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/themediumisthemessage\\_marshallmcluhan\\_quentinfiore.pdf](https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/themediumisthemessage_marshallmcluhan_quentinfiore.pdf)

7. Турчин А.В. Класифікація соціальних мереж. *Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції 23 – 25 листопада 2016 р., м.Кропивницький*. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84825408.pdf> (дата звернення 10.06.2022)
8. Social media influence. *TechTarget Contributor*. URL: <https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/definition/social-media-influence> (дата звернення: 06.06.2022)
9. Gabriel Tarde and science communication – some reflections. *University of Nottingham*. URL: <https://blogs.nottingham.ac.uk/makingsciencepublic/2013/05/10/gabriel-tarde-and-science-communication-some-reflections/> (дата звернення: 30.04.2022)
10. Глобалізація як чинник формування громадської думки. 2014. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/7018/%d0%a0%d1%83%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 06.06.2022)
11. Abratis J. Communicating Europe Abroad: *EU Delegation and Public Diplomacy*. USC: *Center on Public Diplomacy*. Paper 3, 2021. URL: [https://uscpublicdiplomacy.org/sites/default/files/Communicating%20Europe%20Abroad\\_8.31.21.pdf](https://uscpublicdiplomacy.org/sites/default/files/Communicating%20Europe%20Abroad_8.31.21.pdf) (дата звернення: 12.05.2022)
12. Europe. *Twiplomacy*. URL: <https://twiplomacy.com/info/europe/> (дата звернення: 21.05.2022)
13. Тихоненко І.В., Рудюк А.М. Використання соціальних мереж дипломатичною службою Республіки Польща. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. Випуск 4(40) 2018. С. 57 – 61.
14. Schwarzenbach, B. (2015). Twitter and diplomacy: *How social media revolutionizes interaction with foreign policy*. URL: <http://thediplomaticenvoy.com/2015/10/12/twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizes-our-interaction-with-foreign-policy/> (дата звернення: 06.06.2022)
15. Dean B. Social Network Usage&Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2022. *BACKLINKO*. Updated Oct.10, 2021. URL: <https://backlinko.com/social-media-users#most-popular-social-media-platforms> (дата звернення: 12.05.2022)
16. TikTok Statistics – Updated April 2022 URL: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/> (дата звернення: 18.05.2022)
17. TikTok Algorithm – The Definitive Guide. Brandon Doyle. Wallaroo. URL: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-algorithm/> (дата звернення: 06.05.2022)
18. Perez S. TikTok to rank as the third largest social network, 2022 forecast notes. *Join TechCrunch+* (20.12.2021). URL: [https://techcrunch.com/2021/12/20/tiktok-to-rank-as-the-third-largest-social-network-2022-forecast-notes/?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly9tbXludWEv&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAMZR3t4qOP60e2xSYĪ-Y5botxJ97NkdHTBZe3SEgTq4Ch5zDW1y5ODJI-4NKUx2ZwDLW7OQ7huF1NAKhWCBuBHjNORbHsTdEANMH5myVBkrsVxucmxRvpcedEL16SZ1kmX3L\\_g5inb40ccK5TGKeUi9EvF53xEp7t5QvbJUiafRPU](https://techcrunch.com/2021/12/20/tiktok-to-rank-as-the-third-largest-social-network-2022-forecast-notes/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9tbXludWEv&guce_referrer_sig=AQAAAMZR3t4qOP60e2xSYĪ-Y5botxJ97NkdHTBZe3SEgTq4Ch5zDW1y5ODJI-4NKUx2ZwDLW7OQ7huF1NAKhWCBuBHjNORbHsTdEANMH5myVBkrsVxucmxRvpcedEL16SZ1kmX3L_g5inb40ccK5TGKeUi9EvF53xEp7t5QvbJUiafRPU)
19. BBC News Launches on TikTok. *Interhacktives*. URL: <https://www.interhacktives.com/2022/03/08/bbc-news-launches-on-tiktok/> (дата звернення: 14.06.2022)

## **SOCIAL NETWORKS IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF INTERNATIONAL PUBLIC OPINION (USING THE EXAMPLE OF THE TIKTOK SOCIAL NETWORK)**

**Olha Anisimovych-Shevchuk**

*Lviv Polytechnic National University,  
Institute of Applied Mathematics and Fundamental Science  
Department of International Information  
Sviatoho Yura Square, 3, 79000, Lviv, Ukraine*

**Dariya Pan'ko**

*Lviv Polytechnic National University,  
Institute of Applied Mathematics and Fundamental Science  
Department of International Information  
Sviatoho Yura Square, 3, 79000, Lviv, Ukraine*

The role and significance of social networks in the process of formation of public opinion is analyzed. It was emphasized that these information and communication technologies serve have become a kind of field for the exchange of opinions. They enabled the emergence of the concept of the global public sphere as a special space, where important socio-political issues are openly discussed, the process of forming public opinion, including at the international level, takes place. After all, in the process of globalization, public support and trust in power institution, as well as in modern media and social networks as new ways of communication and information dissemination are of particular important. At the same time the global public sphere can be manifested both in the form of direct interpersonal and mass-mediated. The social networks are the software technologies that facilitates the creation of the virtual communities consisting of people with the same interests, activities, who exchange information, thoughts and ideas. And such the exchange of opinions take place not only within the borders of one state, but also at the international level.

The article focuses on the analysis of information and communication capabilities of modern social networks, their classification is presented. The object of analysis were social networks used by the international political institutions, and the a the subject is the TikTok social network as the alternative information and communication technology today. Using the example of the European Union, the range of social networks used by subjects of international relations to inform the public, represent their interests, and maintain bilateral communication are characterized.

Using the example of the European Union, the spectrum of social networks used by subjects of international relations is characterized. Attention is focused on the features of the TikTok social network as a promising alternative technology today, which turns from an entertaining Internet application into a means of interactive interaction in the social and political life of the international community. The algorithm of work the social network TikTok is explained. The peculiarity of TikTok is that this social network creates a certain "information bubble" around the preferences of a particular user, but the so-called "viral" videos fall into TikTok trends, and in recommendations they are offered to all users, regardless of their subscriptions.

Examples of the use of the TikTok social network by international organizations are given. Its use as a tool for popularizing our country abroad is stipulated. The prospects for the development of this social network in Ukraine and the world are emphasized.

*Key words:* social networks, globalization, international relations, public opinion, information and communication technologies.