



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»**

КРИВОРІЗСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**IV Всеукраїнська науково-практична конференція
«ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО
СУСПІЛЬСТВА В ЦИФРОВУ ЕРУ»**

**21 березня
Одеса
2025**

УДК 316.422(477):004(062.552)
Т 65

Голова організаційного комітету:

Аракелян Мінас Рамзесович – проректор з наукової роботи, професор, д.ю.н.

Члени організаційного комітету:

Яковлев Денис Вікторович – декан факультету психології, політології та соціології, професор, д.політ.н.;

Ярова Ліліана Вікторівна – завідувач кафедри соціології, професор, д.політ.н.;

Каретна Ольга Олександрівна – доцент кафедри соціології, доцент, к.політ.н.;

Крилов Олександр Денисович – лаборант кафедри соціології.

Трансформація українського суспільства в цифрову еру :
матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції,
21 березня 2025 р. Одеса – НУ «ОЮА», 2025. 115 с.

У збірнику представлено матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформація українського суспільства в цифрову еру» (21 березня 2025 року).

УДК 316.422(477):004(062.552)

© Національний університет «Одеська юридична академія», 2025

© Криворізький державний педагогічний університет, 2025

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ЇХ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ НОВОЇ ЦИФРОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ

ГІБРИДНІ МЕТОДИ ЦИФРОВОЇ СОЦІОЛОГІЇ

Калашнікова Людмила Володимирівна.....6

СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ВОЛОНТЕРСТВА В КЛАСИЧНИХ І НОВИХ МЕДІА

Решмеділова Олександра Миколаївна, Манукян Гастінга Жуліверівна.....9

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ НЕРІВНОСТІ ДЛЯ ПОВОЄННОГО СУСПІЛЬСТВА

Трушевич Ганна Богданівна.....15

ЦИФРОВА ЕРА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ

Свекла Костянтин Андрійович.....18

ЦИФРОВИЙ НОМАДИЗМ ЯК СКЛАДОВА МЕРЕЖЕВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Барасій Віта Юріївна.....23

ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Дорошенко Яна Олегівна.....28

ПОНЯТТЯ «БЕЗПЕКА СУДОВОЇ ВЛАДИ» В ТЕОРЕТИЧНІЙ ТА ПРАКТИЧНІЙ ПЛОЩИНІ

Микитей Артем.....33

СЕКЦІЯ 2. СОЦІАЛЬНІ ТА ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

ЦИФРОВА ДЕЗІНФОРМАЦІЯ: ТЕХНОЛОГІЇ ПРОПАГАНДИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Яковлев Денис Вікторович.....36

ДЕМОКРАТІЯ ТА ГРУПИ ІНТЕРЕСІВ: КЛАСИЧНІ ПРИНЦИПИ, ТРАНСФОРМАЦІЇ У ЦИФРОВУ ЕРУ

Ярова Ліліана Вікторівна.....42

ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ГЛОБАЛЬНИМИ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Наумкіна Світлана Михайлівна, Сурова Марія Василівна.....45

ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ В КРАЇНАХ ЄС

Решмеділова Олександра Миколаївна, Стаднік Олександра.....50

СПІВВІДНОШЕННЯ МІЖ СТРУКТУРОЮ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ МЕРЕЖ І ПРОЦЕСАМИ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ В СУСПІЛЬСТВІ

Малишенко Людмила Олександрівна.....54

СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ БІДНОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ ЯК ЧИННИКІВ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ

Прохоренко Євгенія Яківна.....57

ДЕТЕРМІНАНТИ ЛЕГІТИМНОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ ВЛАДИ У ЦИФРОВУ ЕРУ

Римар Богдан Анатолійович.....63

ЕЛЕКТОРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ: ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА ВТІЛЕННЯ В ПОЛІТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ

Мужеляк Юлія Валеріївна.....68

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТІВ: ВИБОРИ ЯК ТОЧКА БІФУРКАЦІЇ

Білий Веніамін Сергійович.....72

ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИЙ ВИБІР УКРАЇНИ: ПАРТІЙНІ ПРОГРАМИ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЧИННИКИ

Аміров Артур Олександрович.....76

СЕКЦІЯ 3. ЦІННІСНИЙ ВИМІР ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

НОВА ПЛАТФОРМА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ФОРМ КОМУНІКАЦІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ	
Наумкіна Світлана Михайлівна, Левенець Михайло.....	80
ФІЛОСОФСЬКИЙ ДИСКУРС ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: ІДЕНТИЧНІСТЬ, ЛЕГІТИМНІСТЬ, КОМУНІКАЦІЯ	
Яковлева Лілія Іванівна.....	84
ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	
Яценко Микола Анатолійович.....	88
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА СОЦІАЛЬНО- ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН ЛЮДИНИ	
Каретна Ольга Олександрівна.....	92
ПАТРІОТИЗМ ТА ВОЛОНТЕРСТВО УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ В ЦИФРОВУ ЕРУ	
Крилов Олександр Денисович.....	96
СОЦІАЛЬНА РОЛЬ ЗАСТОСУВАННЯ ІІІ В УПРАВЛІННІ ПРИРОДООХОРОННОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УМОВАХ ВІЙНИ	
Остапенко Олександр Борисович.....	100
ПОЛІТИЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ДИСКУРСІ «НОВИХ МЕДІА»	
Дмитрієв Вадим Вадимович.....	105
ОЛЬФАКТОРНИЙ ПРОФІЛЬ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: НАРИСИ СОЦІОЛОГІЇ АРОМАТІВ	
Орехова Валерія Артурівна.....	111

СЕКЦІЯ 1. ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ЇХ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ НОВОЇ ЦИФРОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Калашнікова Людмила Володимирівна,

доктор соціологічних наук, професор,

Криворізького державного педагогічного університету

ГІБРИДНІ МЕТОДИ ЦИФРОВОЇ СОЦІОЛОГІЇ

Проблеми зміни методів і методик емпіричної соціології, що застосовуються до вивчення соціальної дійсності пов'язані, у першу чергу, із заміною самої дійсності, яка сьогодні об'єднує реальну і віртуальну взаємодії. Адже внаслідок конвергенції фізичного й віртуального світів, за допомогою імерсійних технологій (засоби штучного інтелекту, засоби віртуальної (від англ. virtual reality – VR), доповненої (від англ. augmented reality – AR) і змішаної (від англ. mixed reality – MR) реальності, дїпфейк (від англ. deepfake), блокчейн (від англ. blockchain) створюється унікальне середовище – метавсесвіт. Використання ШІ та IoT-технологій дозволяє йому набувати таких характеристик, як імерсивність та інтерактивність. Перша з них передбачає переміщення користувача у віртуальний простір і посідання там певної локації, а друга – забезпечує безпосередню взаємодію з цим простором, елементами локації, іншими користувачами. Технології VR надають змогу фізично сприймати нову соціальну реальність, створюючи ефект повного занурення, засоби AR дозволяють інтегрувати цифрові елементи у фізичний простір. Дїпфейк передбачає створення цифрового двійника або аватара, наділеного візуальним образом і персональними характеристиками. Натомість блокчейн забезпечує збереження й обмін даними, утворюючи ланцюжок у різних місцях задля здійснення транзакції. Усі означені можливості метавсесвіту надають користувачеві можливості не просто набувати цифрової ідентичності, а й самостійно сформувати її,

добираючи ті якості та характеристики, які, на його думку, є важливими з огляду на позиціювання себе в новому соціальному просторі.

У мережі відстежуються всі «електронні сліди» користувачів і формуються великі бази даних (від англ. big data), які по суті не соціологічною інформацією у чистому вигляді, а радше являють собою систему структурованих/неструктурованих даних про пошукові запити, діяльність соціальних мереж, персоніфіковані відомості користувачів, показники сенсорів, трансакційні операції та ін., що отримані із різних джерел й постійно оновлювані. Провідною перевагою великих даних є те, що вони накопичуються автоматично, без зусиль дослідника, спрощуючи роботу по збору соціологічної інформації, мінімізуючи ризики появи ефекту інтерв'юера чи спіралі замовчування. Проте з-поміж недоліків, означимо, по-перше, той факт, що великий обсяг даних не може компенсувати можливі помилки, які множаться паралельні зі зростання самої бази даних. По-друге, не завжди аналіз великих баз даних дозволяє перевіряти гіпотези про наявні кореляції через накопичення помилок і спотворення інформації. Мінімізувати ці негативні прояви можливо шляхом поєднання аналізу великих баз даних з традиційними методами емпіричного соціологічного дослідження.

З іншого боку, погоджуємося з думкою Р. Роджерса щодо необхідності виокремлення цифрових і оцифрованих методів [1; 2]. Перші з них породжені цифровим середовищем й опрацьовують дані, отримані шляхом узагальнення наявних гіперпосилань, тегів, пошукових запитів, даних про створення і відвідування вебсайтів, міток часу і локацій, IP-адрес, коментарів, репостів, «вподобайок», цитувань тощо. Ідеться про інструменти для вебскрейпінгу (від англ. web scraping), аналізу соціальних мереж, візуалізації даних, а також вебометрію (від англ. webometrics) й альтметрію (від англ. altmetrics), зокрема використання таких інструментів, як Google Analytics, Matomo, Plausible Analytics, Woopra, Clicky, Hotjar, Altmetric, PlumX Metrics, Dimensions, Mendeley, Zotero, Socialbakers, Mention, Brand24 та багато інших. Другі, так звані оцифровані методи являють собою традиційні інструменти

соціологічних досліджень адаптовані до використання в Інтернет-середовищі [3]. Наприклад, чисельні сервіси для онлайн-опитувань Google Forms, SurveyMonkey, Typeform, Survio, Matomo Forms, JotForm, а також інструменти для контент-аналізу – Istio.com, Google Search Console, Semrush й т. д.

Провідною перевагою цифрових методів порівняно з оцифрованими є нівелювання розбіжностей якісного та кількісного підходів, оскільки дані, що аналізуються ними, представлено у кількісному форматі й є певною мірою уніфікованими.

На відміну від традиційних соціологічних інструментів складність використання цифрових методів полягає у складнощі відокремлення досліджуваних соціальних об'єктів, явищ, процесів від особливостей медіа, які накладають певний відбиток на їх «електронні сліди». Ідеться про неоднозначність великих даних, що визначається політикою самих медіаплатформ та непрозорістю методів й методик вивчення їх функціональних можливостей.

Список використаних джерел:

1. Rogers R. Doing Digital Methods. London: SAGE Publications Ltd, 2019. 308 p.
2. Rogers R. Digital methods for web research. *Emerging trends in the social and behavioral sciences: An interdisciplinary, searchable, and linkable resource*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons [online], 2015. URL : http://www.govcom.org/publications/full_list/etrds0076.pdf.
3. Кислова О. М. Цифрові методи в соціології. *Вісник науки та освіти*. 2022. No. 3 (3). С. 269-285. [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2022-3\(3\)-269-285](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2022-3(3)-269-285).

Решмеділова Олександра Миколаївна, Манукян Гастінга Жуліверівна

Державне некомерційне підприємство "Державний університет

"Київський авіаційний інститут", м. Київ, Україна

СПЕЦИФІКА ВИСВІТЛЕННЯ ВОЛОНТЕРСТВА В КЛАСИЧНИХ І НОВИХ МЕДІА

Волонтерство в сучасному світі виступає як один із ключових елементів соціального розвитку та є ознакою високого рівня громадської активності в демократичних режимах. У численних збройних конфліктах та різноманітних гуманітарних кризах добровільна допомога громадян і громадських організацій набуває особливого значення, сприяючи підтримці армії та цивільного населення. В кризові періоди держава зазвичай звужує свої функції в регулюванні і розвитку соціальної сфери, державна система патронажу помітно ослабшає, а волонтерство посилюється як реакція суспільства на проблеми, які існують у відповідний проміжок часу.

Метою даної роботи є аналіз специфіки медійного висвітлення волонтерства, дослідження методів подачі інформації та визначення основних проблем і викликів, які супроводжують цей процес. У цьому контексті сучасні медіа відіграють важливу роль як інструмент формування громадської думки, мобілізації ресурсів та популяризації волонтерських ініціатив.

Українське законодавство визначає волонтерську діяльність, як добровільну, соціально спрямовану, неприбуткову діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги [1].

Волонтерство виступає як одна з форм громадського активізму, що базується на безоплатній участі громадян у вирішенні соціальних проблем. Волонтер — не той, хто прийшов по зарплату й працюватиме з 9-ї до 18-ї. Це людина, яка має покликання і конкретну мету. Існує багатовимірність мотивації волонтерів, яка охоплює як альтруїстичні пориви, так і прагнення

до соціального визнання або особистісного розвитку. Мотивація волонтерити з'являється, коли люди бачать певну проблему й хочуть її розв'язати. Волонтерство – рух, який має дорогоцінний ресурс, який живить відчуття єдності у спільноті. Взаємодія, побудована на довірі, підтримка мотивації волонтерської спільноти та відчуття опори — усе це стає запорукою стійкості як індивідуальних волонтерів, так і всього волонтерського руху в цілому [2].

Згідно національного законодавства та загальної декларації волонтерів, волонтери розглядають свою діяльність як інструмент соціального, культурного, економічного та екологічного розвитку. Обов'язковою частиною їх діяльності є регулярне підбиття підсумків та їх оприлюднення. Органи державної влади мають допомагати поширенню інформації про організації та установи, що залучають до своєї діяльності волонтерів, шляхом розміщення відповідної інформації на своїх веб-сайтах у мережі Інтернет і місцевих медіа, не перешкоджати здійсненню доступу до інформації про волонтерську діяльність, а також усіляко сприяти розвитку волонтерського руху в Україні [1 і 3]

Телебачення, радіо та друковані видання – залишаються основним джерелом інформації для широкої аудиторії. У контексті висвітлення волонтерства, вони виконують дві важливі функції. По-перше, через подання конкретних історій з життя волонтерів вони підвищують обізнаність громадськості про соціальні проблеми та способи їх вирішення. По-друге, позитивне висвітлення добровільних ініціатив сприяє формуванню іміджу волонтерства як ефективного інструменту соціальних змін [4].

З появою цифрових технологій соціальні мережі стали невід'ємною частиною інформаційного простору. *У сучасному інформаційному просторі люди активно посилюють альтернативні шляхи комунікації, що сприяють ефективнішій мобілізації спільнот. Нові медіа відіграють значну роль, допомагаючи волонтерським рухам залучати все більше учасників, адже інформаційний простір сьогодні насичений різноманітними каналами спілкування. Волонтерство як форма горизонтальних громадських зв'язків*

набуває сили переважно завдяки як неформальним, так і формальним мережевим взаємодіям, хоча традиційні класичні медіа все одно залишаються важливим інструментом для популяризації цих ініціатив.

Нові медіа дозволяють волонтерам миттєво поширювати інформацію про свою діяльність та встановлювати прямий контакт з аудиторією, сприяють швидкій мобілізації ресурсів, залученню нових учасників та формуванню емоційного зв'язку між волонтерами та громадськістю [5].

Завдяки можливості оперативно реагувати на надзвичайні ситуації, соціальні мережі стають ефективним інструментом у кризових умовах. Інтерактивність цифрових платформ дозволяє не лише інформувати про події, а й активно координувати дії різних груп, що беруть участь у волонтерських ініціативах [6].

Телебачення також не відстає: на багатьох телеканалах можна побачити QR-коди, що дають змогу кожному легко долучитися до різних волонтерських зборів. Програми та спеціальні проекти постійно наголошують на потребі підтримки, залучаючи глядачів до активної участі. Проте найбільший вплив сьогодні мають соціальні мережі, такі як Telegram, Instagram, Facebook, TikTok та інші, які стають основним майданчиком для обміну інформацією та організації волонтерських акцій, зборів, донатів тощо. Поєднання цих чинників створює потужний імпульс для розвитку волонтерського руху.

Однак разом з перевагами з'являються і виклики, зокрема ризик поширення неперевіреної інформації, що може негативно впливати на сприйняття волонтерства широкою аудиторією [7].

Однією з найбільших переваг волонтерства є те, що воно дає молодим людям шанс не тільки допомагати іншим, але й активно впливати на своє оточення. Важливо розуміти, що волонтерство — це не одноразова акція, а стійка і значуща діяльність, яка допомагає вирішувати соціальні проблеми, поліпшувати умови життя людей, а також вирішувати глобальні виклики, як-от екологічні проблеми або захист прав людини. Молодь, яка бере участь у

таких ініціативах, стає активним агентом змін у своєму регіоні, країні та світі в цілому.

Дослідження показують, що репортажі, інтерв'ю та аналітичні матеріали, присвячені волонтерським проектам, можуть значно вплинути на рівень громадської активності. Завдяки об'єктивному висвітленню подій, традиційні медіа стимулюють зацікавленість населення у волонтерській діяльності та допомагають залучити додаткові ресурси для реалізації соціальних ініціатив.

Волонтери, які все частіше виступають як нові лідери думок, здобувають додаткову популярність і формують власну фанатську базу, що дозволяє їм виступати у ролі інфлюенсерів. Їхні сторінки у соціальних мережах самі перетворюються на медіа з чисельною активно аудиторією, а спільні зусилля не лише зміцнюють волонтерську спільноту, але й демонструють, як медійні особистості можуть бути рушійною силою в суспільстві.

Проте варто зазначити, що занадто сенсаційний підхід або однобічне подання інформації може створювати суб'єктивний або ідеалізований образ, що не завжди відповідає реальності, і таким чином зменшує довіру до добровільних проектів. Висвітлення волонтерства в медіа має потенціал не лише передати фактичну інформацію, але й відобразити глибину соціальних процесів, що лежать в основі волонтерської діяльності. Об'єктивна подача інформації сприяє формуванню розуміння важливості добровільної допомоги та стимулює інтерес громадськості до соціальних ініціатив.

Незважаючи на позитивний вплив на популяризацію добровільної діяльності, висвітлення волонтерства супроводжується низкою проблем. Однією з головних проблем є тенденція до сенсаційності, коли окремі випадки подаються у перебільшеному вигляді, що створює нереалістичне уявлення про масштаб і успішність волонтерських ініціатив. Таке подання може призводити до зростання очікувань аудиторії, які не завжди відповідають реальному стану справ.

Іншою проблемою є нерівномірність висвітлення. Традиційні ЗМІ часто звертають увагу на масштабні проекти, залишаючи менш помітні, проте не менш важливі ініціативи поза увагою. Це обмежує можливості залучення нових добровольців і ресурсів, оскільки громадськість отримує спотворене уявлення про те, що волонтерство доступне лише для окремої групи активних учасників. Крім того, спрощене висвітлення мотиваційних аспектів волонтерської діяльності не дозволяє повноцінно розкрити складність внутрішніх чинників, що спонукають людей до участі у добровільних проектах [8].

Таким чином, для подальшого розвитку волонтерського руху необхідно впроваджувати комплексні підходи у висвітленні соціальних ініціатив, інтегрувати традиційні та цифрові засоби комунікації, а також розвивати професійні стандарти журналістики. Це сприятиме не лише підвищенню ефективності інформаційного супроводу, але й розвитку громадянського суспільства в цілому.

Список використаної літератури:

1. Закон України «Про волонтерську діяльність» Закон України Про волонтерську діяльність: Відомості Верховної Ради (ВВР). 2011. № 42. 435 с. Дата оновлення: {У тексті Закону слова "засоби масової інформації" у всіх відмінках і числах замінено словом "медіа" згідно із Законом № 2849-IX від 13.12.2022} . URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3236-17>
2. Калантасенко Н. Мотивація волонтерів: як берегти й плекати довіру до організації // 19 Квітня 2024 // Наталія Калантасенко, керівниця партнерств ГО «Українська волонтерська служба» та тренерка з волонтерського менеджменту URL: <https://cs.detector.media/community/texts/186077/2024-04-19-motyvatsiya-volonteriv-yak-beregty-y-plekaty-doviru-do-organizatsii>
3. Загальна декларація волонтерів, прийнята на XI конгресі Міжнародної асоціації волонтерів. Права людини: навч. посіб. К.: Просвіта, 2002. С. 67–80

4. Беспалова К. О. Мотиваційні аспекти волонтерства: досвід західних країн. Вісник Національного технічного університету України «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. 2012. № 3. С. 67–71
5. Закалик Г. М., Коропатов О. М., Шувар Н. М. Волонтерська діяльність в Україні: історія, сьогодення та євроінтеграція. Правова система: теорія і практика. 2022. № 4. Ч. 1. С. 104–107
6. Завадська І. М., Палилюлько О. М. Допомога як стиль життя: психологічні аспекти волонтерської діяльності. Інклюзія і суспільство. Вип. 1. 2022. С. 47–55.
7. Мохорева О. М., Горошко М. О. Волонтерство як соціальний феномен. Особистість, суспільство, війна : тези доп. учасників міжнар. психол. форуму (м. Харків, Україна, 15 квіт. 2022 р.). Харків: ХНУВС, 2022. С. 79–90
8. Бондаренко А., Вдовцов Ю. Посібник по роботі з волонтерами. Київ, 2021. 164 с.

Трушевич Ганна Богданівна
доктор філософії зі спеціальності «Політологія»,
доцент кафедри соціальної роботи
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ НЕРІВНОСТІ ДЛЯ ПОВОЄННОГО СУСПІЛЬСТВА

Найбільшим випробуванням для українського суспільства в часи незалежності країни стала російсько-українська війна, яка триває з 2014 року. Війна спричинила як і гуманітарну кризу, так і значні соціально-економічні зміни. Одним із наслідків війни стало посилення соціальної нерівності в Україні. Аналіз соціальної нерівності є важливим для розуміння того як війна змінила соціальну структуру українського суспільства. Також не менш важливим є розуміння даної проблеми для формування та побудови ефективної політики відновлення у повоєнні часи. Необхідно визначити як війна поглибила соціальні розбіжності серед основних груп постраждалих та які кроки потрібні для подолання проблем у повоєнному суспільстві.

Соціальна нерівність у суспільстві виступає наслідком війни. Нею передбачається певна різниця у доступі до ресурсів, можливостей та благ серед різних верств населення. Під час війни соціальна нерівність занадто проявляється через руйнування інфраструктури, виведення громадян із економічної та соціальної активності та зниження рівня життя. Російсько-українська війна призвела до економічних труднощів і викликала значні соціальні та політичні зміни, які ще більше поглибили розрив серед різних соціальних груп.

Серед основних і найбільших соціальних груп, які постраждали від війни і зазнали соціальної нерівності, є внутрішньо переміщені особи. За статистикою Інформаційно-обчислювального центру Міністерства соціальної політики офіційно в Україні зареєстровано 4,6 млн внутрішньо переміщених осіб [1]. ВПО кожного дня стикаються з численними труднощами:

відсутність робочих місць, житла, доступу до соціальної підтримки. Значна кількість ВПО живуть в орендованому помешканні, мають мінімальну заробітну плату, а також не рідко стикаються з дискримінацією на місцях. Також ВПО часто мають обмежений доступ до державних послуг через різні бюрократичні перепони.

Безумовно, ще однією соціальною групою, яка потребує уваги є ветерани війни. Повернення до цивільного життя супроводжується не тільки фізичними та психологічними травмами, а й соціальними труднощами. Значна кількість ветеранів стикаються з проблемами пошуку нової роботи, адаптації до мирного життя, доступністю медичної допомоги та соціальною ізоляцією. В свою чергу родини загиблих воїнів стикаються з різними бюрократичними перешкодами, а родини військовополонених – з матеріальними труднощами через недостатню соціальну підтримку.

Жителі прифронтових зон, крім фізичних і психологічних стресів, стикаються з втратою доступу до соціальних послуг і з руйнуванням інфраструктури. Це призводить до соціальної нерівності між цими людьми і тими, хто живе в більш спокійних областях країни.

На наше переконання, ще одним важливим питанням є нерівність між різними регіонами України. Збільшення економічного і соціального розриву між регіонами: постраждалі східні і південні області через інтенсивні бойові дії та західні і центральні регіони, що мають менше безпосередніх наслідків та мають змогу швидше адаптуватися.

Які ж є шляхи подолання соціальної нерівності серед українців в повоєнні часи? Необхідні політичні та економічні ініціативи як від держави, так і від міжнародних партнерів та організацій.

Першим кроком для найбільш вразливих соціальних груп: ветеранів та ВПО, є створення соціальних програм із забезпечення житлом, медичною допомогою, психологічною підтримкою. Потрібно підключити значні державні інвестиції та зменшити бюрократичні бар'єри для доступу до допомоги.

Вважаємо, що не менш важливим кроком є економічне відновлення регіонів та відбудова зруйнованої інфраструктури прифронтових територій, які постраждали від війни: створення нових робочих місць, відновлення житлових фондів та розбудова освітніх, медичних закладів.

В загальнонаціональній економічній системі потрібно впроваджувати заходи для інтеграції прифронтових та постраждалих від війни територій, які будуть сприяти зменшенню регіональних диспропорцій: розвиток інфраструктури, підтримка місцевих ініціатив та інвестиції в місцевий бізнес.

В Україні поглибилась соціальна нерівність через зміну соціальної структури країни в наслідок війни. Підтримки на державному рівні потребують внутрішньо переміщені особи, ветерани, родини військовополонених і загиблих, мешканці прифронтових зон. Їм потрібна розробка комплексної стратегії, яка б передбачала як соціальні ініціативи, так і економічні заходи для зменшення соціальної нерівності та відбудови України.

Список використаної літератури:

1. Скільки в Україні переселенців і де найбільше ВПО: статистика за областями. (2024) РБК-Україна. Retrieved from: <https://www.rbc.ua/rus/news/skilki-ukrayini-pereselentsiv-i-de-naybilshe-1729603384.html>

Свекла Костянтин Андрійович

аспірант кафедри політичних наук і права

ДВНЗ «Південноукраїнський національний педагогічний

Університет імені К. Д. Ушинського»

ЦИФРОВА ЕРА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ

У цифрову еру одним із пріоритетних напрямків дослідження нових політичних технологій виборчих процесів виступає визначення сутності, викликів та перспектив електронного голосування. Е-голосування, наряду із технологіями таргетованої політичної реклами у соціальних мережах та блогінгу не лише виступає новою технологією виборчих процесів цифрової ери, але й спричиняє трансформацію усього простору нових політичних технологій виборчих процесів. У політичному просторі України також відбуваються відповідні зрушення – не можна стверджувати, що тема е-голосування є новою для українських виборів. Зокрема, під час виборчої кампанії до Верховної Ради України 2019 року у програмах політичних партій відзначалась необхідність реалізації технології е-голосування. Для деяких партій ця технологія є складовою більш широкої програми цифровізації українського суспільства з метою подолання корупції та очищення влади, інші – взагалі не згадують про е-голосування.

За критерієм уваги політичних партій до інформаційних технологій у цілому та е-голосування, зокрема, уявляється цілком можливим розділити усі партійні програми на програми «індустріального суспільства» та програми «інформаційного суспільства».

У передвиборній програмі політичної партії «Слуга народу» положення про е-голосування розташоване у розділі «Очищена, оновлена та відповідальна влада». Зазначається: «Запровадимо механізм відкликання депутатів, які втратили довіру виборців. Створимо механізм народного вето

на щойно ухвалені закони. Запровадимо механізми впливу громадян на рішення влади через референдуми. Повернемо відповідальність чиновників за незаконне збагачення. Запровадимо вибори за пропорційною системою з відкритими списками та електронне голосування. Позбавимо власників медіа можливості впливати на те, що говорять чи пишуть журналісти» [2].

У розділах «Знищення системної корупції» наголошується та «Найкращі умови для бізнесу», відповідно, зазначається: «Переведемо максимально можливу кількість державних послуг в онлайн», «Повністю переведемо податкові та митні процедури у цифровий формат. Запровадимо просту процедуру електронного відкриття та закриття бізнесу, забезпечення захисту міноритарних акціонерів і корпоративної прозорості...» [2]. У розділі «Інноваційна економіка» програми переможців виборів до Верховної Ради України зазначається: «Впровадимо державну програму підтримки інновацій, цільову прозору підтримку галузей, що здатні стати локомотивом розвитку економіки. Запровадимо програму забезпечення покриття 100% території країни широкопasmовим інтернетом. Створимо умови для інтеграції цифрових валют у правове поле України» [2]. У цілому, цей блок програми, присвячений комплексу заходів щодо цифровізації можна інтерпретувати як проведення підготовчої роботи та створення інфраструктури для технології е-голосування.

Програма партії «Батьківщина» формується навколо промислового та аграрного потенціалу України, що дозволяє віднести її до партії «індустріальної епохи». Також досить багато уваги, порівняно із іншими програмами, приділяється необхідності розвитку села та аграрного комплексу. У розділі під досить промовистою назвою «Перемога українського села» зазначається: «Наше село є колискою всього українського: традицій, культури та мови, нашої ідентичності. Українське село та аграрний сектор мають все для того, щоб стати локомотивом української економіки і приносити селянам та державі більший прибуток, ніж нафта та газ. Надзвичайно важливо створити такі умови праці на селі, щоб

жити і працювати у сфері сільського господарства було престижно і перспективно» [1].

На особливу увагу у контексті дослідження перспектив впровадження е-голосування в Україні як цифрової технології виборчих процесів заслуговує п'ятий розділ програми «Батьківщини». У ньому визначається роль вільного підприємництва та середнього класу.

Слід безумовно погодитись із тим, що саме середній клас є основним провайдером та користувачем інтернет-комунікацій. Саме тому цю частину програми можна віднести до програми «інформаційного» суспільства. Також акселератором та драйвером впровадження е-голосування в Україні як цифрової технології виборчих процесів має стати кооперація із країнами, які вже пройшли цей шлях.

Розвиток України у програмі політичної партії «Європейська Солідарність» визначається у контексті глобалізаційних процесів. Щоправда, наголос робиться не стільки на технологічному чи інформаційному аспектах, а на проблемах демократії та ціннісному вимірі європейської цивілізації. Також у програмі вибудовується ланцюжок: цінності – європейські цінності – солідарність – європейська солідарність.

У програмі зазначається: «Україна опинилася у вирі цивілізаційних змін. Події, які відбуваються в країні, стали випробуванням для нас, викликом для світових демократій, тестом на міцність цінностей, на яких була побудована сучасна європейська цивілізація... Боротьба за свободу, право на самовизначення, зіткнення різних цивілізаційних парадигм – виклики планетарного масштабу. Щоб відповісти на них, ми маємо зуміти побачити Україну у світовому ціннісному контексті» [4].

Натомість, процес глобалізації інтерпретується не лише як створення нових технологічних можливостей та розвитку інтернет-комунікації, а як загроза для самоідентифікації. Відповідно, програма партії фокусується не лише на новаціях, а на необхідності солідарності та захисту національної ідентичності, в основі якої – мова та віра.

Відзначимо, що у цілому нові інформаційні «технології» згадуються у програмі у декількох контекстах: 1) боротьби з корупцією; 2) нової процедури державних закупівель; 3) технологій 5G; 4) технопарків; 5) розвитку IT-сектору; 6) інформаційної безпеки.

Однією із політичних партій, представники якої напряду декларували необхідність широкого впровадження нових технологій в урядування (у тому числі – інституційну взаємодію), відносини громадян та влади і виборчий процес під час кампанії 2019 року став «Голос». У передвиборчій програмі зазначалось: «Ми створимо електронний кабінет громадянина, за допомогою якого людина зможе замовляти та отримувати усі можливі послуги від держави. Це стане зручним, простим і сучасним вікном спілкування держави і громадянина. У цьому кабінеті людина зможе отримати автоматичне нагадування про наближення часу для сплати податку або замовити потрібний сервіс. Ця платформа буде єдиною точкою входу і дозволить інтегрувати існуючі та нові платформи (кабінет пацієнта, кабінет власника авто, податковий кабінет тощо)... Усі державні сервіси, за можливістю, надаватимуться в електронній формі та за чітко регламентованою процедурою без можливості затягувань чи суб'єктивних рішень. Громадяни не будуть витрачати життя на черги у державних органах. Для створення зручних е-сервісів будемо активно використовувати потенціал українського IT-сектора» [3].

Відтак, впровадження технологій е-голосування є елементом складних та масштабних соціальних трансформацій. Зокрема, йдеться про новий тренд, який привнесли виборчі кампанії (президентська та парламентська) 2019 року в українську політику – цифровізацію. Вона пов'язується із зростанням ролі інтернет-комунікацій та соціальних мереж порівняно із попередніми виборами.

Список використаної літератури:

1. Передвиборна програма Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина». URL: <https://ba.org.ua/programm/>

2. Передвиборна програма партії «Слуга Народу». URL: <https://sluga-narodu.com/program/>
3. Програма партії Голос. URL: <https://goloszmin.org/program/new-approaches>
4. Програма політична партія «Європейська солідарність». URL: https://eurosolidarity.org/wp-content/uploads/2020/02/Programa_31_05_2019.pdf

Барасій Віта Юрївна

аспірантка кафедри політичних теорій

факультету психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ЦИФРОВИЙ НОМАДИЗМ ЯК СКЛАДОВА МЕРЕЖЕВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Однією із впливових парадигм перехідного суспільства, яка сформувалась у другій половині XX століття та певний час виступала у якості мейнстріму політичних та соціологічних досліджень є постмодерністська теорія. Відповідно до її основних положень, епоха модернізації та індустріалізації, представники якої надихались просвітницькими ідеями та демократичними ідеалами, завершується. Суспільство знаходиться у стані постмодерну, що виражається у літературі та архітектурі, політиці та економіці, науці та освіті. Як зазначають автори Енциклопедії сучасної України: «Під впливом постмодернізму, одним із речників якого є Ж. Дерріда, термін «модерн» стали використовувати у специфічному значенні: як світорозуміння (закорінене у світогляді Просвітництва), якому властивий логоцентризм, європоцентризм, переважання чоловічої ментальності, наголоси на голістичних підходах (цілостях, тотальностях), на взаємопов'язаності дій та подій (логіці розвитку), на формуванні (соціалізації), на протигагу діалогу тощо. Цьому способу мислення протиставлено наголос на нецільності, незв'язності, різнорідності і відмінності (інакшості) – на протигагу цільності, зв'язності, однорідності і подібності (схожості)... створювався деякий метанаратив («гранднаратив»), метадискурс. Ж.-Ф. Ліотар у праці «La condition postmoderne» («Постмодерна ситуація», Париж, 1979) терміном «модерн» позначив філос. мислення, націлене на обґрунтування, виправдання (легітимацію), різного роду метадискурсів» [1].

Становлення цифрового суспільства та формування соціальних мереж актуалізує звернення до парадигми постмодерну, яка, хоч і не є наразі мейнстрімом наукового пізнання, проте містить деякі важливі положення. Передусім, йдеться про критику епохи Модерну та переосмислення процесу модернізації. Модерн з властивими ідеями логоцентризму, бінарних опозицій та ієрархічної організації суспільних відносин зазнає нищівної критики з боку постмодерністів. Натомість, постмодерністські автори пропонують власні візії щодо ролі археології влади та знання (М. Фуко), дискурсів (Ж. Дерріда, Ж. Ліотар, ін.), соціального конструювання реальності (П. Бергер, Т. Лукман), симулякрів (Ж. Бодіяр), ризоми (Ж. Дельоз, Ф. Гваттарі) у політичних та соціальних відносинах, які цілком зберігають релевантність для дослідження цифрової епохи. Однією із такого роду концепцій є «номадизм» (кочівництво) та неономадизм («цифрове кочівництво»).

Слід відзначити, що цифровий номадизм є однією із важливих складових мережевої організації суспільства. На це звертала увагу низка дослідників – від засновника теорії впливу аудіовізуальних масмедіа М. МакЛюена до постмодерністів Ф. Гваттарі та Ж. Дельоза.

Задля визначення сутності неономадизму наведемо цитату: «Незалежно від метафоричних паралелей та парадигмальних рамок мінливістю сьогодні позначено не тільки картину світу, а й атрибутивність самого буття. Простір втрачає центр та структурованість, відмінність між вертикальною та горизонтальною рухливістю стає дедалі більш ілюзорною. У постійному русі перебуває й людина, яка, подібно до кочівника (номада), безупинно переміщається в ризомному просторі соціального. Заклики до постійного руху, удосконалення та розвитку перетворюють мобільність на самоцінність, а номадизм – на адекватний спосіб існування. Прояви номадизму різноманітні та можуть відбуватись у просторі та часі, у предметному та соціальному полях, бути актуальними та потенційними. Поява смартфонів, портативних гаджетів та інтернету спричинила глибинні зміни у мисленні людини та її діях. Під впливом новітніх цифрових

технологій природа особистості починає трансформуватись та набувати нових якостей. Освоюючи інформаційно-віртуальні світи, сучасний номад потрапляє в незвичні та суперечливі модуси буття, перетворюється на сукупність ідентичностей, чий кількісний набір є доволі варіативним» [2, с. 40].

Мережева організація суспільства відрізняється від ієрархічної. Принцип ризоми, який знаходиться в основі індивідуальної та інституційної взаємодії цифрової ери, означає відкритість зв'язків, мобільність агентів (у цьому, власне, і проявляється неономадизм) та інклюзивність. Повною мірою це стосується політичного та інформаційного просторів у яких відбуваються найсуттєвіші зміни – нові політичні ідентичності, новий «трайбалізм» у політиці, поява та розвиток нових медіа, соціальних мереж та блогерства у медіа-просторі.

Вже відзначалось, що «Соціальні медіа впливають на усі суспільні відносини і цей вплив диверсифікується в залежності від спрямованості медіа (платформи) на аудіовізуальний чи текстовий контекст та зростає щодня. Аудиторія соціальних медіа представляє собою сукупність віртуальних та реальних мереж індивідів, які є фундаментом мережевого суспільства цифрової епохи... соціальні медіа представляють собою досить еклектичний набір ресурсів, навколо яких організовуються віртуальні мережеві спільноти. Саме вони виступають символом та ризоною, за допомогою якої політика постмодерну пізнає, організує та реалізує себе» [3].

Цифровий номадизм (неономадизм) виступає невід'ємною частиною мережевої організації суспільства. Цей фактор необхідно враховувати при визначенні та впровадженні публічних політик, плануванні електоральних кампаній та стратегічних комунікацій. Складність полягає у тому, що «кочівники» змінюють усі соціальні простори та утворюють суспільство «перманентного транзиту».

Слід безумовно погодитись із тим, що «Цифровий кочівник як реальний суб'єкт сучасного суспільства має власну метафізику та особливу

ідентичність. Постійний легкий доступ до мережі дозволяє номаду бути мобільним, задовольняти професійні та життєві потреби. Номад рухається в цифрових культурних просторах, що за своєю природою є випадковими, відкритими, утвореними множиною дотичних фрагментів. У таких просторів немає точок відліку – це відкрита динамічна система, що сполучає розмаїття об'єктивного та суб'єктивного, нашарування суперечливості, перманентний транзит, фактори невизначеності та самоускладнення» [2, с. 40].

Перспективи розвитку цифрового номадизму залишаються відкритими. Від перетворення на новий середній клас інформаційного суспільства до використання в інтересах невеликої групи з метою побудови «цифрового тоталітаризму». Принагідно наведемо цитату: «Середній клас – основа консолідації суспільства У демократичних країнах середній клас виконує не лише суто економічні функції... Правління «середніх» сприяє консолідації суспільства. Парламентське представництво середнього класу необхідне, якщо йдеться про перерозподіл державного бюджету на користь більшості суспільства, а не олігархічної меншості» [4].

Взаємодія між публічною владою та громадянами має вибудовуватись із врахуванням феномену «цифрового номадизму», але, водночас, зберігати демократичні традиції та ґрунтуватись на раціональній аргументації.

Список використаної літератури:

1. Лісовий, В. С. (2007). Дискурс. *Енциклопедія Сучасної України*. Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 7.
<https://esu.com.ua/article-24374>
2. Коваленко, І., Мелякова, Ю., & Кальницький, Е. (2024). Цифровий номадизм як новий модус ідентичності: досвід філософського осмислення. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*, 2(61), 38-55.
<https://doi.org/10.21564/2663-5704.61.304563>

3. Барасій, В. Ю. (2024). Вплив соціальних медіа на політичну модернізацію та політику постмодерну. *Вісник Львівського університету. Серія філософські-політологічні студії*, 55, 240–246.
<https://doi.org/10.30970/PPS.2024.55.29>
4. Яковлев, Д. (2024). Консолідація шляхом креативності. Роль середнього класу у підвищенні стійкості українського суспільства. Посилення консолідації суспільства та ролі людського капіталу на шляху вступу України та Республіки Молдова до Європейського Союзу : матеріали міжнарод. наук.-практ. конф. (м. Кишиневу, м. Одеса, 17-18 жовтня 2024 року) / за ред. О. В. Лісеєнко. Одеса : Видавничий дім “Гельветика”, 15-18.

Дорошенко Яна Олегівна
аспірантка кафедри політичних наук і права
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний
університет ім. К.Д. Ушинського»

ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Громадянське суспільство України виявило надзвичайну активність у реагуванні на гуманітарну кризу, постійно, з перших днів повномасштабного вторгнення рф в Україну демонструючи готовність брати участь у відбудові країни та пропонуючи власне бачення проблеми. Громадські організації можуть доповнювати зусилля держави та міжнародних партнерів, забезпечуючи прозорість, підзвітність та інклюзивність процесу відновлення.

Повоєнне відновлення України має стати поштовхом до модернізації економіки та інтеграції в ЄС. Однак, успішна реалізація плану відновлення вимагає чіткої стратегії, значних фінансових ресурсів та активної участі всіх секторів суспільства.

Повномасштабне вторгнення росії спричинило всеосяжну руйнацію, не бачену з часів Другої світової війни. Фактичні втрати в економічній сфері України вже зараз сягають сотень мільярдів доларів і тільки продовжують зростати день у день. Майбутні демографічні, соціальні та соціокультурні наслідки будуть переслідувати Україну і українців протягом десятків років після закінчення повномасштабного вторгнення, і їх обсяг ще тільки належить оцінити.

Після третьої річниці російсько-української війни, все більшої сили набирають дискусії про необхідність конкретних планів повоєнного відновлення України. На тлі активних бойових дій на фронті, в Україні та за її межами вже відбуваються виставки, круглі столи, конференції, тощо [1] огляду на повномасштабне вторгнення, що триває, міжнародні організації та організації громадянського суспільства (ОГС), державні органи і політики продовжують формувати і розширювати візію повоєнного відновлення

України, забезпечення сталого розвитку і соціальної справедливості в майбутньому.

Світовий Банк готується до представлення нової, четвертої Швидкої оцінки завданої шкоди та потреб на відновлення (RDNA4).

Перша оцінка Світового банку RDNA1 виміряла збитки у розмірі в 97,4 мільярда доларів США прямих збитків (в часовому проміжку між 24 лютого та 1 червня 2022 року), та 252 мільярди доларів США фінансових втрат (включаючи 3 місяці фактичних збитків і 18 місяців прогнозованих збитків) і 348,5 мільярдів доларів США для відновлення та реконструкції (протягом 10 років) [2, ст. 12]

Друга оцінка Світового банку RDNA2 оцінила збитки в 134,7 мільярда доларів США (в часовому проміжку між 24 лютого 2022 року та 24 лютого 2023 року), 289 мільярдів доларів США збитків (включаючи 12 місяців фактичних збитків і 18 місяців прогнозованих збитків), і 410,6 мільярдів доларів США на потреби відновлення та реконструкції (протягом 10 років [3, ст. 12].

Третя оцінка RDNA3 збільшила ці цифри до 152 мільярдів доларів США прямих збитків. І хоча зростання на 15.2% порівняно з попередньою оцінкою прямих збитків здається несуттєвим, воно позаяк пов'язане виключно зі сталою лінією зіткнення. Будь яка потенційна зміна наявної територіальної диспозиції, принесе нові втрати, що дає підстави вважати, що нова оцінка RDNA4 зафіксує ще більше зростання прямих збитків завданих війною.

Зважаючи на подібну динаміку втрат і збитків, повоєнне відновлення України, стане найбільшою економічною програмою допомоги з часів Плану Маршалла для Європейських країн, а план реконструкції має забезпечити не тільки базове відновлення, а і створення підвалин для майбутнього зростання.

Варто зауважити, що план Маршала після Другої світової війни профінансував відновлення 16 європейських країн у розмірі 13 мільярдів доларів США (приблизно 240 мільярдів доларів США в сучасному

еквіваленті) [4]. Вже зараз збитки України і розрахунки витрат на потенційну реконструкцію переважають цей, найбільший в історії проєкт міжнародного відновлення, не кажучи про майбутній розвиток подій.

У випадку України, основним актором і виконавцем майбутнього відновлення, на кінцевому етапі все ж буде українська держава та чинний уряд на час таких подій. Тому варто дослідити, як саме готуються державні структури до відбудови по закінченню повномасштабного вторгнення. Вже зараз створено державні фонди, спрямовані на повоєнне відновлення та реконструкцію, і започатковано ряд проєктів на ініціатив. Окрім державних фондів, загальна візія відновлення описана в державному проєкті «План відновлення України». який ґрунтується на 5 основних принципах:

- Негайний початок і поступовий розвиток;
- Нарощування справедливого добробуту;
- Інтеграція в ЄС;
- Відбудова кращого, ніж було, в національному та регіональному масштабах;
- Стимулювання приватних інвестицій.

«План відновлення України» ставить на меті залучення понад 750 мільярдів доларів США в періоді 2023-2026 років [5]. Однак, зазначені фонди і проєкти не можна вважати єдиним цілісним загальнонаціональним планом відновлення, оскільки досі не існує кінцевого розуміння обсягу який належатиме відновити.

Окрім прямих міжнародних ініціатив та державних програм, іншим гравцем процесу реконструкції є громадянське суспільство та ОГС. Задля того, щоб ефективно подолати кризу повоєнного відновлення, план відновлення та реконструкції має враховувати не тільки державну спроможність, а і спроможність організацій громадянського суспільства, які мають унікальні можливості для сприяння повоєнному відновленню України. Вони можуть забезпечити моніторинг процесу відновлення, захищати інтереси вразливих груп населення, сприяти розвитку громадянського

суспільства на місцевому рівні та залучати міжнародну допомогу, тощо [6, ст. 6-9]

Наведений вище список потенційних сфер долучення ОГС не є вичерпним. Однак, для ефективної участі в процесі відновлення ОГС потребують багатовимірної підтримки з боку держави, міжнародних організацій та бізнесу.

ОГС окреслюють широке коло сфер потенційного залучення громадянського суспільства до відновлення, але основними, на їхню думку, є контроль за діями влади, зокрема за забезпеченням прозорості розподілу коштів, розробка соціальних проєктів і налагодження діалогу між владою, бізнесом і громадою [7, ст. 12.]

Можна зробити припущення, що тенденція до зростання відсотку ОГС, які спрямовані виключно на відновлення буде зростати у майбутньому, проте говорити про це ще зарано.

Відтак, майбутнє повоєнне відновлення України буде супроводжуватись низкою викликів, деякі з яких очевидні вже зараз. Серед них – масштабність руйнувань, корупція, відсутність світового досвіду в реалізації таких масштабних проєктів, а також невизначеність щодо тривалості війни. Однак, ця криза також відкриває і нові можливості для трансформації країни.

Відновлення має стати поштовхом до модернізації економіки, розвитку інновацій та впровадження європейських стандартів. Відбудова за принципом «краще ніж було» має стимулювати «leapfrogging» – можливість досягти успіху завдяки інноваціям, якщо такий неможливий шляхом органічного розвитку [8].

Повоєнне відновлення України, яке нам належить пережити, стане масштабним і довготривалим процесом, який вимагатиме спільних зусиль міжнародної спільноти, української держави та громадянського суспільства. Для успішної реалізації плану відновлення необхідно розробити чітку стратегію, залучити значні фінансові ресурси, забезпечити прозорість і підзвітність, а також зміцнити довіру до державних інституцій.

Список використаної літератури:

1. Четверта Міжнародна виставка та конференція «ReBuild Ukraineconstruction & Energy». URL: <https://rebuildukraine.in.ua>
2. World Bank. Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment. (RDNA3). February 2022 – December 2023». URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099021324115085807/pdf/P1801741bea12c012189ca16d95d8c2556a.pdf>
3. World Bank. Вказ. робота
4. International Monetary Fund. «Money Matters: An IMF Exhibit – The Importance of Global Cooperation». URL: https://www.imf.org/external/np/exr/center/mm/eng/mm_dr_03.htm
5. Візія Відновлення України URL: <https://recovery.gov.ua>
6. ІСАР Єднання. Дослідження ініціатив у сфері відновлення 2023. URL: https://ednannia.ua/images/Дослідження_у_сфері_відновлення_стисла_версія.pdf
7. ІСАР Єднання. Громадянське суспільство України в умовах війни: звіт з комплексного соціологічного дослідження. Лютий 2024. URL: https://ednannia.ua/images/Procurements/Громадянське_суспільство_України_в_умовах_війни_звіт_з_комплексного_соціологічного_дослідження.pdf
8. Leapfrogging. URL: <https://leapfrog.cl/en/leapfrogging>

Микитей Артем

аспірант кафедри політичних наук і права

*Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний
університет ім. К.Д. Ушинського»*

ПОНЯТТЯ «БЕЗПЕКА СУДОВОЇ ВЛАДИ» В ТЕОРЕТИЧНІЙ ТА ПРАКТИЧНІЙ ПЛОЩИНІ

Поняття «безпека судової влади» завжди було у центрі уваги науковців, але у теперішній час воно набуло особове значення і тлумачення, виходячи з конкретних загроз щодо сотрудників судової влади, особливо на тимчасово окупованих територіях країни. Як впливає з міжнародних стандартів судоустрою, певні загрози можуть розглядатись як рушійний чинник утворення механізмів забезпечення безпеки судової влади. Так, у п. 1.4 Європейської хартії про статус суддів стверджується, що законом кожному судді, який вважає, що його права передбачені законом, або його власна незалежність чи незалежність судового процесу знаходиться під загрозою, має бути надано можливість звернутися з цього приводу до незалежного органу з пропозицією вжити дієвих заходів для виправлення ситуації або запропонувати, яким чином її можливо виправити [1].

Результати аналізу практики вжиття заходів щодо забезпечення незалежності суддів та авторитету правосуддя свідчать про те, що за період з січня 2018 р. по травень 2023 р. до Вищої ради правосуддя надійшло 1703 звернення про втручання в діяльність судді, 222 з яких було направлено до правоохоронних органів для вжиття заходів реагування щодо втручання в діяльність судді під час здійснення правосуддя, однак до суду за вказаними фактами було передано тільки чотири обвинувальних акти [2].

Окремого значення набуває діяльність Служби судової охорони, що полягає в налагодженні відповідного перепускного режиму у судах, вилученні у відвідувачів судових органів заборонених речей, реагуванні на порушення громадського порядку у приміщеннях суду, у тому числі у

перебігу судових засідань. Діяльність судової охорони може здійснюватися як у штатному режимі, так і бути посилена через необхідність організації додаткових заходів безпеки щодо конкретного судді та членів його родини, який зазнав втручання у свою роботу й потребує додаткового захисту.

У період повномасштабного вторгнення РФ в межі нашої країни територіальні підрозділи Служби продовжували вживати заходів з охорони приміщень судів, розташованих поблизу районів (у районах) ведення бойових дій, а також забезпечення недоторканності та цілісності розташованого в таких приміщеннях майна. Через пошкодження (руйнування) приміщень або захоплення (окупацію) частини території України протягом 2022 року тимчасово призупинено охорону 57 судів, органів та установ системи правосуддя, що розміщувалися в 62 будівлях. Станом на кінець 2022 року Служба забезпечувала охорону 585 об'єктів системи правосуддя, що розміщені в 632 будівлях [3].

В щорічній доповіді про стан забезпечення незалежності суддів в Україні за 2022 рік було проаналізовано випадки втручання в діяльність суддів щодо здійснення правосуддя, до яких віднесено:

– втручання в діяльність суддів з боку народних депутатів, депутатів місцевих рад, адвокатів, правоохоронних органів, громадян та їх об'єднань, засобів масової інформації; блокування роботи суду; пошкодження приміщення та майна суду; збирання інформації стосовно судді; неналежна поведінка в судовому засіданні осіб, які беруть участь у справі; підроблення судових рішень та інших офіційних документів; звернення до суду та намагання вплинути на суд у позапроцесуальний спосіб з образами та погрозами; розміщення в мережі Інтернет відеосюжетів, публікацій, що містять неправдиву інформацію щодо суддів, погрози тощо.

Таким чином, можна зробити висновок про множинність загрозливих чинників, які впливають не тільки на діяльність судової системи, але й загрожують безпеці її представників, створюючи перешкоди незалежності суддів.

Одним зі шляхів попередження виникнення загроз щодо здійснення правосуддя, є розвиток спеціальних навичок, що дозволять як суддям, так і присяжним й народним засідателям уникнути тиску на них або ж не допустити його більш тяжких наслідків. Не можемо не погодитися з думкою науковки В. С. Яковлевої, що найбільшою вразливою групою є пасивний тип суддів, які зазнали утиску своєї незалежності, у тому числі через власну пасивність у питанні захисту [4].

Отже, державна політика щодо забезпечення безпеки правосуддя має опиратися на наступні принципи: заборона неправомірного впливу на суддів, протидія тиску, погрозам та втручання в діяльність судових органів під час здійснення правосуддя; забезпечення безпеки приватного життя та конфіденційності суддів; забезпечення захисту систем даних та організаційних систем та ін.

Список використаної літератури:

1. Загальна (Універсальна) хартія судді, ухвалена 17 листопада 1999 р. Центральною Радою Міжнародної Асоціації Суддів в Тайпеї (Тайвань). URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_j63#Text
2. Реєстр повідомлень суддів про втручання в діяльність. Вища рада правосуддя : веб-сайт. URL : <https://hcj.gov.ua/intervention>
3. Рішення Вищої ради правосуддя від 24 серпня 2023 року № 851/0/15-23 «Щорічна доповідь про стан забезпечення незалежності суддів в Україні за 2022 рік». URL: https://hcj.gov.ua/sites/default/files/field/file/shchorichna_dopovid_za_2022_rik_pro_stan_zabezpechennya_nezalezhnosti_suddiv_v_ukrayini.pdf
4. Яковлева В. С. Запобігання втручанням у діяльність судових органів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Право*. 2022. Вип. 74. Ч. 2. С. 123.

СЕКЦІЯ 2. СОЦІАЛЬНІ ТА ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Яковлев Денис Вікторович

доктор політичних наук, професор,

декан факультету психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ЦИФРОВА ДЕЗІНФОРМАЦІЯ: ТЕХНОЛОГІЇ ПРОПАГАНДИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Відповідно до трансформаційної парадигми сучасного медіа-простору соціальні мережі замінюють телебачення у ролі «мейнстрімного» джерела інформації. Мережі мають глобальний характер, але об'єднують локальні групи не за географічним принципом, а за вибором контенту. У соціальних мережах, на відміну від епохи пропаганди на телебаченні, вже цілком можна уявити «політику без телевізійних ток-шоу»: «Роль соціальних мереж та месенджерів зростає у демократіях та автократіях, країнах як глобальної «Півночі» так і глобального «Півдня», медіатизація охопила майже усі відносини у сучасних суспільствах, а лідерами думок стають хітмейкери» [1, с. 164].

Традиційні медіа, передусім – телебачення усе ще є привабливими з точки зору рекламодавців. Аудиторія комерційної реклами продовжує дивитися розважальні програми на ТБ, але водночас – шукає політичну інформацію у соціальних мережах. Саме тому пропагандистські кампанії у соціальних мережах вже неодноразово доводили свою ефективність. Цифрова дезінформація, яка використовує технології «впливу наноінфлюенсерів», «бджолиного рою», «шкарпеткових ляльок» (найпростіші з них називаються «бібабо»), спін-докторінгу тощо, стала новим пропагандистським стилем соціальних мереж.

У 2024 році експерти медіа-ринку відзначали, що «Рейтинг найпопулярніших соціальних мереж в Україні протягом останніх трьох років залишається фактично незмінним. У 2024 році рейтинг найпопулярніших соціальних мереж в Україні очолили телеграм – користується 78,1% респондентів, ютуб – користується 59,5% опитаних та фейсбук – 44,6%» [2].

Інша ситуація серед дітей та молодшої аудиторії – тут панують TikTok, YouTube, Telegram: «Діти віком 10-12 років найактивніше використовують TikTok: 65 % опитаних відкривають застосунок щодня... YouTube дивиться 65 %, використовують Telegram 63 %, 47 % щодня користуються Viber, 19 % – Instagram. Серед підлітків віком 13–15 років найпопулярнішим є Telegram: 82 % респондентів відповіли, що проводять час у застосунку щодня або кілька разів на день. TikTok популярний серед 78 % опитаних, YouTube – 63 %... 86 % серед опитаної молоді від 16 до 35 років щодня використовують Telegram. Другим за популярністю є YouTube – 70 %. 66 % опитаних часто відкривають Instagram, Viber – 51 %. На відміну від попередніх груп TikTok не такий популярний — щодня ним користується лише 46 % опитаних» [3].

Інтернет-галактика поступово витіснила «Галактику Маклюєна» – аудіовізуальні медіа, такі як радіо та телебачення, після періоду панування в глобальному інформаційному середовищі перетворились на маргінальні засоби інформації, які цікаві масовому споживачу завдяки реаліті-шоу, розважальним програмам, художнім фільмам та серіалам. Епоха пропаганди на телебаченні відійшла у минуле. Наприклад, станом на лютий 2025 року в українському медіа-просторі найбільшу аудиторію мали саме розважальні медіа-групи та канали, які транслюють реаліті-шоу та художні фільми: «...частка групи Starlight Media складала 22,45%... «1+1 Media» – на другому місці з часткою 17,15%, Inter Media Group – на третьому з часткою 7,53%... Серед телеканалів на першій сходинці – СТБ з часткою 7,11%. На другій сходинці – Новий канал із часткою 6,49%. На третій сходинці – ICTV2 з часткою 5,46%» [4]. Для порівняння: частка аудиторії каналів, які транслюють

об'єднаний марафон «Єдині новини» складають для комерційної аудиторії віком 18 – 54 роки в містах із понад 50 тис. жителів... 3,40%, та за широкою аудиторією частку 6,32% [4].

Але, варто наголосити, що запит на технології пропаганди не тільки залишається, а й зростає як в авторитарних режимах, так і у сталих, консолідованих демократіях. Пропаганда поширилась у соціальних мережах, використовуючи технології, які ґрунтуються на цифровій дезінформації. І якщо технології пропаганди у двох попередніх медіа-системах – друкованих та аудіовізуальних – достатньою мірою визначено та їх вплив дезавуйований, то у цифровій дезінформації слід констатувати наявність «білих плям» як у міждисциплінарному теоретичному аналізі так і щодо практичної протидії.

У книзі «Нічого неможливого й усе можливо» П. Померанцев зображує світ телевізійної пропаганди – світ режисерів, монтажу і голограми: «Попри всі наші претензії на відтворення дійсності, реальний режисер – завжди маніпулятор, мініатюрний візир, який спокушає, обмежує, спотворює своїх героїв, ставить одне запитання, а очікує на черговий хибний крок, завжди думає, як кожна знята сцена пов'язана не зі своїм безпосереднім середовищем, а з остаточним монтажем» [5, с. 270].

Переконливі постаті пропагандистів (уособлення принципу «нічого правдивого»), які звертались до масової аудиторії від свого імені та якість монтажу («усе можливо») були невід'ємними складовими телевізійної пропаганди. Конструювання політичної реальності також передбачало цензуру та ідеологічну функцію ЗМІ: «Значення політичного простору закладене не у самому світі політичного, а в його визначеннях, які дійові особи постійно і взаємно демонструють один одному, самі об'єкти є продуктами дій суб'єктів політичного простору. Політичне життя людей являє собою комунікативний процес, в якому значення об'єктів створюється, підтверджується, змінюється і заперечується, – саме так автор розуміє термін «конструювання»... Завдяки впливу на величезну аудиторію засоби масової комунікації стали новою категорією впливу в політичних процесах. Засоби

масової інформації в цьому сенсі – не просто сукупність технічних засобів для поширення змісту інформації, це нав'язування моделей. ЗМІ посилюють демонстративну природу будь-якої політичної дії, завдяки ЗМІ створюється цілісна система інтерпретації, з якої не може вислизнути жодна подія і в якій зникає будь-яка випадковість» [6, с. 8].

Порівняно із епохою пропаганди на телебаченні, цифрова дезінформація потребує анонімних пропагандистів – «шкарпетових ляльок», які керуються власниками «фабрик ботів» та/або «невидимою рукою» алгоритмів штучного інтелекту. На зміну професійним журналістам і не менш професійним пропагандистам «галактики МакЛюена» приходять «зграї «наноінфлюенсерів»: «Спроби маніпулювати громадською думкою за допомогою соціальних медіа та новітніх інформаційних комунікаційних технологій (ІКТ) продовжують поширюватися у всьому світі. Уряди, корпорації, екстремістські групи та багато інших організацій у всьому світі зараз зазвичай використовують як автоматичних ботів, так і анонімних облікових записів «шкарпеткових маріонеток», щоб посилити та придушити певні потоки інформації під час виборів, криз безпеки та інших ключових подій. Вони використовують ті самі інструменти для поширення дезінформації та участі в організованих кампаніях політичного тролінгу»... По суті, спроби маніпуляції в Інтернеті розвиваються від відносно нескладних «неорганічних» кампаній, які проштовхують боти соціальних мереж, до більш складних «напіворганічних» зусиль, що поєднують як скоординованих користувачів-людей, так і програмне забезпечення штучного інтелекту» [7]

Соціальні мережі та нові медіа стали інструментом пропаганди. У цифрову еру вони є простором інформаційних війн, дезінформації та конструювання реальності. У соціальних мережах пропагандисти знайшли активну аудиторію, яка коментує та поширює інформацію, можливість анонімного конструювання реальності – за допомогою «шкарпеткових ляльок» (штучно створених акаунтів) та нових агентів пропагандистських

кампаній – інфлюенсерів. Перспективи пропаганди у соціальних мережах пов'язуються із штучним інтелектом, який стає «невидимою рукою» організації та впровадження ефективних пропагандистських кампаній.

Список використаної літератури:

1. Яковлев, Д. В., Яковлева, Л. І. (2022). Політика без ток-шоу. Потенціал звернень публічних інтелектуалів щодо легітимації влади. Актуальні проблеми філософії та соціології, 39, 163-169. http://apfs.nuoua.od.ua/archive/39_2022/28.pdf
2. Поліковська, Ю. (2024, липень). «Опора»: найпопулярнішими соцмережами в Україні є телеграм, ютуб та фейсбук. *Детектор медіа*. <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35557/2024-07-16-opora-naipopulyarnishymy-sotsmerezhamy-v-ukraini-ie-telegram-yutub-ta-feysbuk/>
3. Горлач, П. (2024, серпень). TikTok, YouTube, Telegram — найпопулярніші соцмережі серед українських дітей та молоді: дослідження. *Суспільне Культура*. <https://suspilne.media/culture/812865-tiktok-youtube-telegram-naipopularnisi-socmerezhi-sered-ukrainskih-ditej-ta-molodi-doslidzenna/>
4. «Диво-жінка 1984» на Новому та серіал «Парочка слідчих» на «1+1 Україна». Як дивилися телеканали 17—23 лютого. *Детектор медіа*. (2025, березень). <https://detector.media/rinok/article/238902/2025-03-09-dyvo-zhinka-1984-na-novomu-ta-serial-parochka-slidchikh-na-11-ukraina-yak-dyvylysia-telekanaly-1723-lyutogo/>
5. Померанцев, П. (2020). Нічого правдивого й усе можливо. Сходження до нової Росії. 288.
6. Яковлев, Д. В. (2003). Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 16.
7. Woolley, S.C. (2022). Digital Propaganda: The Power of Influencers. *Journal of Democracy*, 33(3), 115-129. <https://dx.doi.org/10.1353/jod.2022.0027>

Ярова Ліліана Вікторівна

докторка політичних наук, професорка,

завідувачка кафедри соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ДЕМОКРАТІЯ ТА ГРУПИ ІНТЕРЕСІВ: КЛАСИЧНІ ПРИНЦИПИ, ТРАНСФОРМАЦІЇ У ЦИФРОВУ ЕРУ

Групи інтересів відіграють важливу роль у політичній системі та усьому комплексі соціальних відносин. Натомість, у політичній та соціальній теорії значення груп інтересів є усе ще недооціненим. На відміну від парламенту, партій, громадянського суспільства, еліт та політичних лідерів, які виступають визнаними та бажаними елементами політичної взаємодії, групи інтересів (як, власне і сама категорія «інтересу») перебувають у «тіні» політичного аналізу та, водночас, у епіцентрі латентної політичної боротьби.

Інституціоналізація груп інтересів в Україні та дослідження їх ролі та місця у інституційній взаємодії набуває особливої актуальності у двох аспектах. По-перше, у процесі демократизації та європейської інтеграції. По-друге, групи інтересів зазнають суттєвих трансформацій та стають важливими суб'єктами впливу у цифрову еру. Слід наголосити, що до груп політичних інтересів та економічних інтересів в цифрову еру додаються групи інформаційних інтересів. У попередніх розвідках відзначалось: «Інституційний дизайн сучасного українського суспільства залежить від багатьох факторів. Пошук оптимального інституційного дизайну стає одним із важливих завдань транздисциплінарного наукового дискурсу. В умовах широкомасштабної військової агресії загострюються питання щодо ефективності діяльності окремих соціальних та політичних інститутів. Також є нагальна потреба визначення подальших напрямків інституціоналізації у процесі реалізації європейського вибору України. Віддаючи належне концепціям історичного інституціоналізму та інституціоналізму

раціонального вибору зазначимо, що суттєвих змін зазнає інституційний дизайн українського суспільства під впливом ще одного фактору – становлення мережевого суспільства. Це глобальний процес, який спричиняє трансформації не лише окремих інститутів, як опозиція чи групи інтересів, а змінює увесь простір інституційних відносин» [1].

У публічній політиці групи інтересів нібито «ховаються» за іншими політичними інститутами та суб'єктами. Вони, за визначенням К. Байме «... все ще позначені певною обережністю щодо об'єднань» [2, с. 308]. Дійсно, групи інтересів перебувають у досить дивній позиції між інтересами індивіда та суспільним благом (за яким, як правило ховається державний інтерес). З одного боку, у ліберальній традиції групи інтересів «розчиняються» у індивідуальних інтересах: «...надання більш високої значущості інтересам індивіда, ніж спекулятивно виведеному поняттю суспільного блага, стало дуже поширеним переконанням лібералів» [2, с. 309]. З іншого боку, у марксистській традиції, замість наголосу на конфліктах між групами інтересів, дослідники акцентували увагу на «захопленні держави» однією із груп інтересів (пролетаріями або буржуа). К. Байме зазначає: «Груповий підхід розвивався як теорія конфліктів. Але до нього завжди непомітно поверталися уявлення про гармонізуючу рівновагу. Лише марксистські підходи спромоглися б до подальшого послідовного дослідження груп як теорії конфліктів. Але вони донедавна майже повністю ігнорували дослідження громадянських груп тиску» [2, с. 312].

Безумовно, групи інтересів є невід'ємною частиною репрезентативної демократії. У різних елементах загальної картини демократичної політичної системи можна відшукати наголос на важливості груп інтересів. Зокрема, принципи свободи (у тому числі – свободи об'єднань громадян з метою захисту інтересів), поваги до прав людини та регулярних виборів де виборці та обранці виходять з власних інтересів, а депутати при цьому представляють інтереси груп виборців за територіальною або ідеологічною ознакою, є фундаментом демократії.

Напряму групи інтересів пов'язуються із демократією: свобода асоціацій та плюралізм (інформаційний, політичний та економічний) є ознаками демократичного політичного режиму. Наголосимо: «Протягом кількох років Генеральна Асамблея ООН і колишня Комісія з прав людини намагалися використати міжнародні документи з прав людини для сприяння загальному розумінню принципів і цінностей демократії... у 2002 році Комісія оголосила наступне основними елементами демократії: - повага до прав людини та основних свобод; - свобода асоціацій; - свобода вираження думок; - доступ до влади та її здійснення відповідно до верховенства права; - проведення періодичних вільних і справедливих виборів шляхом загального та таємного голосування як волевиявлення народу; - плюралістична система політичних партій та організацій; - поділ влади; - незалежність судової влади; - прозорість і підзвітність державного управління; - вільні, незалежні та плюралістичні ЗМІ» [3].

Публічності діяльності груп інтересів безумовно сприяють технологічні новації цифрової ери. Саме із мережевою організацією комунікативної взаємодії та інституціоналізації груп інтересів у цифрову еру пов'язується демократизація політичного простору України. Також йдеться про підвищення ефективності інституційної взаємодії в Україні та її результативність у процесі європейської інтеграції.

Відзначимо: «Визначальними чином в умовах демократії на інституційну взаємодію впливають групи інтересів. Демократизація інституційної взаємодії пов'язується із подоланням радянської спадщини, а становлення мережевого суспільства із глобальним розповсюдженням комунікативних мереж. Серед усіх компонентів інституційної взаємодії найважливішими є публічна влада, опозиція та групи інтересів. Саме від їх участі в інституційній взаємодії залежить успішність європейської інтеграції України» [4].

Політична участь громадян та їх об'єднань з метою репрезентації та захисту групових інтересів у публічному просторі є тим, що відрізняє

демократію від автократій різного типу. Для України важливим завданням виступає забезпечення публічності, транспарентності та підзвітності у діяльності груп інтересів. Адже, тіньова діяльність груп інтересів, як економічна так і політична, не дозволяє застосовувати механізми суспільного контролю та політичної відповідальності до реальних бенефіціарів приватизації суспільного інтересу, монополізації економіки та олігархізації державних інститутів.

Список використаної літератури:

1. Ярова Л. В., Кольцов В. М. (2022). Інституціоналізація опозиції та груп інтересів у мережевому суспільстві. Європейський вибір України, розвиток науки та національна безпека в реаліях масштабної військової агресії та глобальних викликів ХХІ століття» (до 25-річчя Національного університету «Одеська юридична академія» та 175-річчя Одеської школи права) : у 2 т. : матеріали Міжнар.наук.-практ. конф. (м. Одеса, 17 червня 2022 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 1, 271-274.
2. Байме, К. (2008). Політичні теорії сучасності. Київ: Стилос, 396.
3. Democracy. *United Nations*. <https://www.un.org/en/global-issues/democracy>
4. Ярова, Л. В. Яковлева, Л. І., Кольцов, В. М. (2022). Компоненти інституційної взаємодії в українському політичному процесі. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 38, 82-86.

Наумкіна Світлана Михайлівна

доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політичних наук і права

Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К.Д. Ушинського»

Сурова Марія Василівна

здобувач вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К.Д. Ушинського»

ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ГЛОБАЛЬНИМИ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Початок ці подальший розвиток цифрової епохи та глобалізація економіки змусила країни до пошуку нових інструментів глобальної інтеграції, залучення усіх суб'єктів міжнародних відносин до інтернаціоналізації національної економіки, дотримання принципів сталого розвитку, поступового переміщення уваги з централізованих методів просування інтересів країни, зокрема, виключно дипломатичними каналами, до використання інструментів «м'якої сили». Серед останніх яскраво вирізняється економічна дипломатія.

В цифрову епоху дипломатія, зокрема економічна, виступає важливим каталізатором розвитку не лише окремих країн, але й глобальних соціально-політичного і економічного процесів. невід'ємним елементом зовнішньої політики для підвищення міжнародної конкурентоспроможності, інвестиційної та туристичної привабливості країни, зростання її зовнішньоторговельної активності, відкриття нових виробництв та створення нових робочих місць.

Безперечно, роль економічної дипломатії є очевидною для країн із високим рівнем інвестиційної та торговельної активності, для малих і середніх підприємств, які намагаються вийти на ринки інших країн, для мультинаціональних компаній, які посилюють свою присутність у світі.

Сучасний розвиток багатосторонньої економічної дипломатії формується під впливом таких тенденцій: розширення мандата провідних багатосторонніх організацій і форумів за рамки традиційно обговорюваних питань (ОЕСР в останні роки обговорює нетрадиційні для неї аспекти, як екологічна і продовольча безпека, старіння населення, боротьба з корупцією та інші); збільшення числа учасників світової економіки і розширення сфер регулювання в межах міжнародних організацій зумовлює потреби реформування інститутів багатосторонньої економічної дипломатії (СОТ розроблено документ «Майбутнє СОТ», що містить пропозиції організаційного реформування); багатостороння економічна дипломатія набула відкритого, всесвітньо-публічного характеру (багато розвинених країн світу часто виступають з пропозиціями, зверненими до всього світового співтовариства (особливо щодо глобальних проблем господарського, соціального, екологічного розвитку); збільшується взаємодія різних організацій і форумів (СОТ взаємодіє з МВФ, Світовим банком, ООН, ЮНТКАД та ін.); збільшується рівень публічності та прозорості багатосторонньої дипломатії (відкритість для ЗМІ, оперативне розміщення інформації на офіційних сайтах міжнародних організацій).

Незважаючи на те, що багатостороння економічна дипломатія має чимало проблем, можна стверджувати, що вона утворює ефективний механізм управління глобальними економічними процесами в інтересах окремих країн і всього світового співтовариства в цілому.

Проблеми економічної дипломатії постійно перебувають у центрі уваги дослідників, особливо в останні роки, коли «нова нормальність» в цифрову епоху суттєво змінює «правила гри» у міжнародних відносинах. Ці інновації призвели до дуже помітних змін саме в галузі економічної дипломатії, оскільки економічні аспекти міжнародних відносин в сучасних умовах набули вирішального значення у процесі економічної конкуренції.

Питання про регулювання і запобігання міжнародних конфліктів, а також роль переговорів у зміцненні міжнародного співробітництва в умовах

становлення нового світового порядку і поширення глобалізації та регіоналізації є дуже важливим, оскільки суттєве зниження бар'єрів на шляху торговельних потоків не тільки посилює конкуренцію, а й підвищує можливості бізнесу у просуванні товарів на інші ринки.

Сучасна економічна дипломатія – це спільна діяльність держави і бізнесу щодо реалізації національної зовнішньоекономічної політики з найбільшими для країни вигодами і мінімальними втратами, спосіб вирішення торговельних конфліктів.

Головними задачами дипломатії є мистецтво ведення переговорів, вміння запобігати і врегулювати міжнародні конфлікти у зовнішньоекономічній сфері, знаходити компроміси і взаємоприйнятні вирішення складних зовнішньоекономічних проблем. Цікавим та незвичайним елементом цих процедур залишається те, що остаточною метою врегулювання спорів є не виявлення винуватої сторони та сторони, права якої порушено, як на перший погляд і повинно бути, а знайдення рішення, яке б влаштовувало обидві сторони спору [1].

Стандарти дипломатії закріплені в документах міжнародного та міждержавного рівня, серед яких: нормативні акти Організації Об'єднаних Націй, її Генеральної Асамблеї та структурних підрозділів, нормативні акти міжнародних міждержавних організацій, угоди окремих держав з міжнародними організаціями, багатосторонні угоди, національні державні нормативні акти тощо.

Останнім часом розповсюдження набули активні форми комерційної дипломатії, до складу яких входить: політико-дипломатична підтримка та лобіювання вітчизняного експорту, численні взаємопов'язані заходи, спрямовані на поліпшення умов доступу національних компаній на зарубіжні ринки (насамперед, торгово-політичні заходи), залучення багатосторонніх і регіональних організацій для просування власних інтересів, цілеспрямований вплив на партнерів із застосуванням фінансових, ресурсних та інших засобів здійснення тиску. Тому визначення сучасних механізмів дипломатії, як

системи міждержавного регулювання світової економіки, що безпосередньо належить до сфери зовнішньої політики і за своєю сутністю є одним із головних і найбільш ефективних засобів врегулювання міжнародних економічних спорів.

Цілком очевидно, що діяльність недержавних акторів стала доповненням до урядової дипломатії, бо «вони також розвинули власну дипломатичну діяльність, іноді делеговану державами, іноді в конкуренції з ними або в опозиції до них» [2].

Новою характерною рисою сучасної дипломатії також є її багатоплановість. Якщо раніше регулювання міжнародних відносин дипломатичними заходами фактично зводилось до питань зовнішньої політики та торгівлі, то сьогодні коло її питань значно розширилось. Об'єктами обговорення та регулювання стали такі сфери як роззброєння, екологія, тероризм, соціальні питання, а також багато інших проблемних питань. В результаті зміст порядку денного, який може бути предметом дипломатичного обговорення, значно ускладнився, а власне дипломатам необхідно тепер вивчати нові, раніше їм не знайомі сфери знань. Як наслідок, у ході підготовки дипломатичного персоналу поряд із традиційними курсами, зокрема, країнознавчими, історичними, правовими, економічними, мовними тощо з'явилися цілком нові. Скажімо, Інститут закордонної служби, який є провідним центром США з підготовки дипломатичних кадрів для країни, запровадив курси з проблем наркобізнесу, біженців, технологій охорони навколишнього середовища, можливого розширення ринків для США [3].

У той же час, окремі автори акцентують увагу на інші функції економічної дипломатії – застосування санкцій для усунення несправедливих умов торгівельної або інвестиційної діяльності.

Принцип мирного вирішення міжнародних спорів є одним з основних принципів міжнародного права. Він закріплений у таких документах, як Статут Організації Об'єднаних Націй 1945 р., Декларація про принципи міжнародного права 1970 р. та ін. Це означає, що держави зобов'язані

вирішувати свої міжнародні суперечки виключно мирними засобами. Держави орієнтуються на якнайшвидше вирішення міжнародного спору (Статут ООН, 1945).

Мирне врегулювання міжнародних спорів здійснюється за допомогою особливого механізму, що включає юридично закріплені способи і засоби у вигляді добре злагодженої системи.

Для України дипломатія є інструментом відстоювання автентичності та підтримки її прагнень до миру і економічного добробуту. Українська дипломатія також є фронтом захисту України, допомагає її боронити на міжнародній арені та розширювати і підтримувати міжнародні відносини з іншими країнами.

Список використаної літератури:

1. Bezrukova N. V. (2015). World trade wars: features and consequences. Efficient economy. No.6. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4153>
2. Guilbaud, Auriane (2020). Diplomacy by Non-State Actors. Retrieved from: <https://www.springerprofessional.de/en/diplomacy-by-non-state-actors/17367914>
3. Kyridon A. M. (2023). Diplomacy: space for functioning in the conditions of the challenges of the 21st century. Diplomacy in international relations: retrospection and modernity: Collection of materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference with international participation, Moscow. Kyiv, National Aviation University, February 24, 2023. Kyiv: NAU. Retrieved from: <http://surl.li/gvdnz>

**Решмеділова Олександра Миколаївна, Стаднік Олександра
Володимирівна**

*Державне некомерційне підприємство "Державний університет "Київський
авіаційний інститут", м. Київ, Україна*

ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ В КРАЇНАХ ЄС

В останні роки боротьба з російською пропагандою в країнах Європейського Союзу стала однією з ключових проблем для європейських політиків і громадськості. Російська Федерація активно використовує інформаційні операції для впливу на громадську думку, дестабілізації політичних процесів і просування своїх геополітичних інтересів. Це включає як традиційні методи медіа-впливу, так і новітні технології, зокрема соціальні мережі, через які Кремль намагається маніпулювати населенням ЄС.

Одним із основних напрямків російської пропаганди є використання телевізійних каналів і новинних агентств, які сприяють формуванню негативного іміджу країн ЄС і США. Росія активно створює контент, який заохочує сумніви в ефективності європейських інститутів, що працюють для стабільності і розвитку, намагається показати ЄС як неспроможну структуру, що не може справитися з внутрішніми кризами. Особливо це стосується тем міграції, економічної політики та європейських санкцій, які у Кремлі намагаються представити як провал європейських держав. Крім традиційних медіа, значну роль у поширенні пропаганди відіграють соціальні мережі та інтернет-платформи.

За допомогою ботів, фейкових акаунтів та маніпуляцій контентом Росія намагається створити враження розколу серед європейців, підриваючи довіру до демократичних інститутів, системи правосуддя і навіть до результатів виборів. Ці інтернет-кампанії можуть впливати на політичні процеси та

маніпулювати громадською думкою, провокуючи нестабільність у країнах ЄС [1].

Європейський Союз намагається відповісти на ці виклики через кілька стратегій. У 2015 році була створена спеціальна група з протидії дезінформації, яка займається моніторингом новинних джерел і виявленням фейкових новин. Європейський центр з аналізу інформаційних операцій в Брюсселі активно відслідковує пропагандистські кампанії, а країни ЄС започаткували серію заходів для протидії дезінформації та захисту інформаційного простору.

Одним із важливих елементів цієї стратегії є підтримка незалежних медіа як в самих країнах ЄС, так і в сусідніх регіонах, зокрема в Україні. Це дозволяє зменшити вплив російських медіа і забезпечити доступ до правдивої інформації. Ще однією важливою стратегією ЄС є захист виборчих процесів від зовнішнього втручання. Країни Союзу активно працюють над зміцненням кіберзахисту виборчих систем і вживають заходів для обмеження іноземного фінансування політичних партій.

Зокрема, ЄС посилив законодавчі ініціативи щодо регулювання діяльності зовнішніх акторів у внутрішніх політичних процесах. Підвищення медіа-грамотності також стало важливим напрямком боротьби з пропагандою. ЄС активно проводить освітні кампанії, орієнтовані на покращення вміння громадян розрізняти правдиву інформацію від фейків. Це включає тренінги для учнів та студентів, а також різноманітні інформаційні кампанії, спрямовані на розвиток критичного мислення [2].

Однак боротьба з російською пропагандою виявляється досить складною. Незважаючи на значні зусилля ЄС, проросійські медіа все ще мають значний вплив на частину європейської громадськості, особливо в країнах з популістськими урядами, таких як Угорщина та Польща, де відсутність незалежних ЗМІ і підтримка антиєвропейських рухів дозволяють Кремлю впливати на політичні процеси. Проблеми також виникають у боротьбі з

фальшивими новинами в соціальних мережах, де алгоритми часто допомагають поширювати маніпулятивний контент[3].

Загалом, попри труднощі, ЄС здійснив важливі кроки в протидії російській пропаганді. Подальше зміцнення медіа-грамотності, вдосконалення механізмів захисту від дезінформації та посилення співпраці між країнами ЄС і технологічними компаніями можуть допомогти подолати ці виклики. Водночас ефективна боротьба з російським впливом вимагає постійного оновлення стратегій та взаємодії між урядами, медіа та громадянським суспільством для захисту демократії в Європі.

Ключові слова: російська пропаганда, дезінформація, Європейський Союз, інформаційна війна, соціальні мережі, фейкові новини, медіа-вплив, маніпуляція громадською думкою, пропагандистські кампанії, медіа-грамотність, боротьба з дезінформацією, кібербезпека, політичні впливи, європейські інститути, незалежні медіа, вибори та зовнішнє втручання, підтримка антиєвропейських рухів, протидія пропаганді, моніторинг інформаційних загроз, інформаційна безпека, технологічні компанії, проросійські медіа, критичне мислення, освітні кампанії, популізм в ЄС.

Анотація: Проаналізовано боротьбу з російською пропагандою в країнах Європейського Союзу, зокрема через медіа-вплив, соціальні мережі та фейкові новини. Розглядаються стратегії ЄС для протидії дезінформації, зокрема підтримка незалежних медіа, підвищення медіа-грамотності та кібербезпека. Оцінюється ефективність заходів, спрямованих на захист від інформаційних загроз і маніпуляцій, та важливість комплексного підходу до боротьби з пропагандою.

Список використаної літератури:

1. Бобров А.Є. Пропаганда 2023. Інформаційні війни під час російської агресії / Ален Бобров; худож.-оформ. М.С.Мендор.- Харків: Фоліо, 2023. – 157с.; іл. – (Сучасні технології).
2. Пропаганда vs контрпропаганда у медіапросторі: минуле, сучасне, : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 12 лютого 2018 р.). – Запоріжжя : Інтер-М, 2018. – 406 с
3. Сушко А. І., Прохоренко А. М. Політична пропаганда як складова інформативно-комунікативної діяльності органів державної влади. Актуальні проблеми політики. 2023. Вип. 72. С. 57-61

Малишенко Людмила Олександрівна

кандидат політичних наук, доцент,

голова циклової комісії соціально-гуманітарних дисциплін

Одеського торговельно-економічний фаховий коледжу

СПІВВІДНОШЕННЯ МІЖ СТРУКТУРОЮ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ МЕРЕЖ І ПРОЦЕСАМИ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ В СУСПІЛЬСТВІ

Представником нової генерації «Франкфуртської школи» Ю. Хабермасом комунікативна дія визначала кіберпростір як нову суспільну сферу, яка повинна стати простором вільних обговорень про актуальні суспільні проблеми з метою забезпечення умов, які дозволяють кожній людині не тільки мати можливість висловитися, але й бути почутим.

Комунікативність, у першу чергу – Інтернет відкриває, з одного боку, – нові можливості для реалізації прав і свобод громадян, але, з іншого – несе у собі нові виклики демократії. Фундатор теорії мережевого суспільства М. Кастельс проголошує «... кінець уявленням про демократію, яка полягає в тому, що кожні чотири роки ви голосуєте на виборах, результат яких визначається ЗМІ, контролем влади і великих бізнес-корпорацій. Зараз ми просунулися вперед, але у нас немає демократії, адекватної століттю Інтернету». Саме тому ми стоїмо перед вирішенням дилеми – «... або демократичні інститути відкриваються для широкої публіки і стають більш прозорими, або суспільство чекають серйозні конфлікти і навіть насильство» [1].

Розвиток веб-мереж створив передумови виникнення нової форми демократії, яку називають цифровою, для широкого залучення громадян у громадсько-політичне життя. Автор не ставить за мету аналіз позитивних і негативних рис цього відносно нового явища. Тільки звертає увагу на те, що в українському суспільно-політичному і науковому дискурсах досі зазначеної форми демократії лише як інструменту забезпечення дистанційного голосування, доставки звернень та петицій громадян за допомогою

електронної пошти та отримання адміністративних послуг в онлайн-режимі, наприклад через застосунок «Дія». Але насправді питання є значно складнішим, бо цифрова ера званою мірою трансформує усю сферу громадсько-політичного життя.

Варто погодитись з бельгійським дослідником У. ван Рансбіком, що, на його думку, цифрова (чи електронна демократія) стосується не лише виборів, але й набагато більшого залучення людей до обговорень та дебатів, вона має зробити «представницьку демократію більш представницькою» [Цит. за : 2]. Згідно з цим поглядом цифрова демократія охоплює соціальні, економічні та культурні умови, які уможливають вільну і рівну практику політичного самовизначення [3].

Засновник і ідеолог одного з перших віртуальних мережних співтовариств Г. Рейнгольд також висловлював переконання в тому, що віртуальні співтовариства могли б допомогти громадянам пожвавити демократію [4]. Американські політологи С. Сун і Г. Барнетт, аналізуючи співвідношення між структурою телекомунікаційних мереж і процесами демократизації в суспільстві, прийшли до висновку про важливу роль розвитку телекомунікаційної інфраструктури в питаннях функціонування демократії. Дж. Гілдер обґрунтовував положення про те, що об'єднані мережі комунікацій і комп'ютери не тільки надають технологічну платформу для росту комунікативних взаємодій, але й підсилюють демократію [Див. : 5].

Роль цифрових медіа при цьому особливо проявляється у тих можливостях, котрі вони надають для обговорень та дебатів в онлайн-режимі. Соціальні медіа використовуються також як платформи для конкурентної пропаганди та політичної реклами під час передвиборчих перегонів. Такого роду підходи до сучасного розуміння цифрової демократії як у вітчизняній науковій літературі, так і зарубіжній, дозволяють її трактувати як систему, котра функціонує у суспільно-політичному середовищі, що визначається як мережеве суспільство, використовуючи

Інтернет-технології з метою максимального забезпечення представницької демократії.

Список використаної літератури:

1. Байдакова А. Соціолог Мануель Кастельс – про неминучість нової демократії. *Радіо Свобода*. 2012. 20 червня. URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24620450.html>.
2. Грицяк Н. В., Соловйов С. Г. *Електронна демократія*. Навч. посібник. Київ: НАДУ, 2015. 67 с.
3. Menke M. E-Democracy How to Participate in Politics Digitally. *The New Federalist*. 2020. 15 July. URL: <https://www.thenewfederalist.eu/e-democracy-how-to-participate-in-politics-digitally?lang=fr>.
4. Digital democracy: Vision and reality. / I. Snellen, M. Thaens, & W. van de Donk (Eds.), *Public administration in the information age: Revisited* Amsterdam: IOS-Press, 2022. P. 49-61.
5. Малишенко Л. О. Впровадження електронної демократії: концептуальні підходи та особливості процесу реалізації в Україні: Дис. ... к. політ. н. Спеціальність 23.00.02 – політичні інститути та процеси. Одеса: ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2009. 192 с.

Прохоренко Євгенія Яківна

кандидат соціологічних наук, доцент

доцент кафедри соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ БІДНОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ ЯК ДЕТЕРМІНАНТ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ

У даному дослідженні розглядаються бідність та безробіття як ключові структурні чинники, що зумовлюють девіантну поведінку на індивідуальному та груповому рівнях. Особливу увагу приділено аналізу соціально-економічної дезорганізації, маргіналізації, а також механізмам соціальної ексклюзії, що активізуються в умовах нестабільності ринку праці та зростання рівня нерівності.

Ключові слова: структурна девіація, соціальна дезорганізація, економічна маргіналізація, соціальна ексклюзія, безробіття, бідність.

Бідність у соціології розглядається як соціальне явище, яке характеризується нестачею ресурсів. У широкому розумінні бідність віддзеркалює невідповідність можливостей окремих груп та верств населення задовольняти свої потреби на досягнутому середньому рівні. У час перетворень і змін, побудови ринкової економіки спостерігаємо різкі коливання макроекономічних показників, які провокують поляризацію доходів, соціальну диференціацію та розшарування, що врешті призводять до загострення проблем, пов'язаних із бідністю, проте бідність є проявом і наслідком не лише вищезазначених факторів, адже до причин її формування належать: 1) природні та географічні фактори (клімат, інтенсивне використання земель і зниження їхньої родючості); 2) економічні фактори (інфляційні тенденції, відсутність робочих місць і високий рівень безробіття); 3) медичне забезпечення (малий доступ до якісного медичного обслуговування, соціальні хвороби – СНІД, туберкульоз тощо); 4) адміністративно-урядові проблеми (відсутність демократичних трансформацій, які впливають на рівень поширення соціальної політики, слабе правове регулювання проблеми превентивності й усунення бідності); 5) соціальні та демографічні фактори (перенаселення та відсутність контролю народжуваності, поширення злочинності, війна) [1, с. 82–83].

До основних підходів до вивчення бідності в соціології можна віднести:

1. Абсолютна бідність — коли людина не має мінімального рівня доходу, необхідного для виживання (наприклад, не має що їсти, де жити).

2. Відносна бідність — визначається у порівнянні з рівнем життя більшості населення. Людина може мати дах над головою, але жити набагато гірше, ніж інші, і бути соціально ізольованою.

3. Суб'єктивна бідність — відчуття самої людини, що її ресурси є недостатніми для нормального життя.

4. Структурна бідність — зумовлена глибокими соціальними проблемами: безробіттям, дискримінацією, нерівним доступом до освіти чи медицини.

ООН визначає чотири основні прояви бідності: 1) коротке життя; 2) низьку професійно-освітню підготовку; 3) позбавлення економічної бази нормального життя – чистої питної води, медичних послуг; 4) вилучення із суспільного життя [2, с. 119].

Розглянемо причини бідності: безробіття; нерівномірний розподіл ресурсів; низький рівень освіти; дискримінація; війни, катастрофи; державна політика.

Войтович Н.М. підкреслює, що «поряд із такими загальними ознаками українська бідність має цілу низку специфічних особливостей: низький рівень життя населення загалом; психологічне несприйняття економічної нерівності; раптова неочікувана бідність (як наслідок бойових дій на сході України); так звана бідність поколінь (йдеться про те, що люди, які тривалий час перебувають у стані бідності, втрачають віру в себе); зростання кількості людей, котрі вважають себе бідними (йдеться про емоційний аспект суб'єктивної бідності).» [3, с. 119].

До наслідків бідності можна віднести: погіршення здоров'я; зростання злочинності; зниження рівня освіти; соціальну ізоляцію; міжпоколінну передачу бідності. Також Лібанова Е. М. відмічає, що наслідками бідності є низький трудовий і людський капітал, часто – недостатня конкурентоздатність на ринку праці, а отже, підвищені ризики безробіття, несприятливих умов та низької оплати праці. [4, с. 10].

Системна бідність не лише обмежує доступ до матеріальних ресурсів, але й значно впливає на рівень соціального капіталу, формуючи умови для соціальної дезадаптації та девіантної поведінки. Емпіричні дані свідчать про кореляцію між глибиною бідності та рівнем кримінальної активності в середовищі молоді.

Згідно з дослідженням Світового банку, 9 мільйонів українців із 32 мільйонів населення живуть у бідності. Відомо, що у червні 2023 року близько 25% українців не мали достатньо грошей, щоб купити їжу. Найголовнішим фактором у зростанні кількості людей, що опинилися за межею бідності, є втрата роботи. Близько 20% людей, які працювали до початку повномасштабної війни, втратили роботу з лютого 2022 року. [5].

Розглянемо безробіття як соціальне явище, при якому працездатні люди, які бажають працювати, не можуть знайти роботу. Дійсно, «безробіття є показником порушення рівноваги між пропозицією робочої сили та попитом на ринку праці». [6] Соціологи вивчають безробіття не лише як економічну проблему, а як чинник, що впливає на добробут, статус, ідентичність і соціальні відносини людини.

Безробіття класифікують за різними критеріями.

Залежно від ініціатора звільнення:

- добровільне — виникає, коли працівник не погоджується працювати на запропонованих умовах та очікує на роботу, яка його більше влаштовуватиме;
- вимушене — трапляється, коли працівник не бажає звільнитися, а адміністрація фірми скорочує персонал.

За причинами виникнення:

- фрикційне — проміжне, тимчасове безробіття, коли людина залишила попереднє місце і шукає інше;
- структурне — виникає під впливом структурних диспропорцій на ринку праці, внаслідок невідповідності між попитом і пропозицією робочої сили за професією, кваліфікацією, географічними та ін. ознаками;
- інституціональне — пов'язане з функціонуванням інститутів ринку праці;
- технологічне — спричинене розвитком інформаційних технологій;
- об'єктивне — зумовлене дією чинників, незалежних від конкретної людини (війни, пандемії тощо).

За відкритістю і можливістю вивчення:

- приховане — ситуація, за якої частина безробітних людей не облікована в офіційних даних;
- відкрите — офіційне безробіття, зафіксоване в державній службі зайнятості.

За розповсюдженістю:

- загальне — існує на всій території країни, не пов'язане з регіональними відмінностями;
- регіональне — є наслідком регіональних особливостей у сфері зайнятості;
- галузеве — пов'язане з певною галуззю економіки;
- міське /сільське — зумовлене особливостями типів поселення.

За соціально-демографічними показниками:

- молодіжне — виникає серед осіб до 24 років;

- жіноче — трапляється серед жінок через складності працевлаштування, відпустки в зв'язку з вагітністю та пологами, відпустки по догляду за дитиною, лікарняних тощо;
- стереотипне — пов'язане із соціально вразливими групами людей: безхатченками, колишніми ув'язненими, людьми з ВІЛ /СНІД.

За часом виникнення:

- сезонне — пов'язане з тимчасовим характером виконання тих чи тих видів діяльності та функціонуванням галузей економіки;
- циклічне — незайнятість частини економічно активного населення в суспільно-корисній діяльності, пов'язана зі спадом виробництва, зменшенням сукупного попиту на товари та послуги.

Залежно від часового інтервалу:

- тривале — від 4 до 8 місяців;
- довготривале — від 8 до 18 місяців;
- застійне — понад 18 місяців, пов'язане з людьми, які постійно не мають роботи, вдаються до випадкових підробіток.

Залежно від досвіду роботи:

- особи, що попередньо були працевлаштованими;
- особи, які були зайняті поза ринком праці (напр., у домашньому господарстві);
- «новачки», які вперше шукають роботу після школи, армії чи закладу вищої освіти. [6]

Серед соціологічних аспектів безробіття, можна виділити: соціальну стигматизацію, коли безробітні часто стикаються з осудом і втратою статусу. Психологічні наслідки: стрес, депресія, зниження самооцінки. Соціальну напругу: безробіття може спричинити зростання злочинності, протестні рухи, радикалізацію. Міжпоколінну передачу: діти безробітних батьків мають менше шансів здобути якісну освіту та хорошу роботу.

Треба підкреслити, що від початку повномасштабної війни майже 5 млн українців втратили роботу: 1,2 млн осіб працездатного віку були змушені стати біженцями й виїхати в сусідні країни; 3,6 млн громадян, які залишилися в Україні, стали безробітними. [7, с.59]

Безробіття — це не лише питання економіки, а складне соціальне явище, яке впливає на кожен рівень життя людини: від особистого психологічного стану до загальної стабільності суспільства. «Під час війни емоційно-психологічний стан людини у більшості випадків не є стабільним, він суперечливий і мінливий, людині нерідко притаманні екстремальність і категоричність в оцінках, часті зміни емоційного настрою та пріоритетів, що

є результатом стресу. Одним з наслідків цього можуть бути зміни поведінкових і звичаєвих побутових практик». [8]

Втрата зайнятості трансформується у втрату соціальної ролі, що провокує деструктивні психосоціальні наслідки, зокрема зростання рівня девіантних практик (алкоголізм, наркоманія, побутове насильство). У контексті неоліберальної політики дерегуляції ринку праці ці явища набувають системного характеру.

У відповідь на соціально-економічні виклики індивіди вдаються до стратегій виживання, що часто включають поведінкові моделі, які суперечать загальноприйнятим соціальним нормам. Субкультурні теорії пояснюють це як формування альтернативних норм в умовах фрустрації базових потреб.

Традиційно до причин формування бідності належать природні та географічні фактори, економічні фактори, медичне забезпечення адміністративно-урядові проблеми, соціальні та демографічні фактори. Бідність в Україні має ще й певні особливості: низький рівень життя населення загалом; психологічне несприйняття економічної нерівності; раптова неочікувана бідність; так звана бідність поколінь; зростання кількості людей, котрі вважають себе бідними.

Бідність і безробіття повинні розглядатися не лише як економічні явища, а як соціальні конструктори девіації. Економічна нестабільність, зростання безробіття та погіршення якості життя сприяють маргіналізації населення, що, своєю чергою, може призводити до збільшення випадків девіантної поведінки. Соціологічний аналіз цих процесів дозволяє окреслити нові підходи до розробки ефективної соціальної політики, спрямованої на зменшення рівня девіантної поведінки та посилення соціальної інтеграції.

Список використаної літератури:

1. Красун А., Турчин Я. Бідність в Україні та шляхи її подолання. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. 2008. Вип. 20. С. 81–85.
2. Комарова О.О., Братченко Л.Є. Специфічні ознаки бідності в українському суспільстві. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2018. Вип. 7. С. 117–124.
3. Войтович Н.М., Бричка Б.Б. Бідність в Україні: історико-економічний аналіз. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Історичні науки. Том 33 (72) № 1 2022.
4. Бідність населення України: методологія, методика та практика аналізу / Е. М. Лібанова ; Нац. академія наук України, Ін-т демографії та соц. досліджень ім. М. В. Птухи. – Умань : Видавець "Сочінський М.М.", 2020. С. 10.

5. <https://www.slovoidilo.ua/2024/05/31/novyna/ekonomika/majzhe-30-naselennya-ukrayiny-zhyve-mezheyu-bidnosti-svitovyj-bank>
6. <https://vue.gov.ua/%D0%91%D0%B5%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82%D1%82%D1%8F>
7. Іваненко О. Ринок праці і зайнятість під час війни: стан та перспективи. Соціологія: теорія, методи, маркетинг, 4, 56–75, <https://doi.org/10.15407/sociology2022.04.056>.
8. Українське суспільство в умовах війни. 2022: Колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін.; за ред. член.-кор. НАН України, д. філос. н. Є. Головахи, д. соц. н. С. Макєєва. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с.

Римар Богдан Анатолійович
аспірант кафедри політичних теорій
факультету психології, політології та соціології
Національного університету «Одеська юридична академія»

ДЕТЕРМІНАНТИ ЛЕГІТИМНОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ ВЛАДИ У ЦИФРОВУ ЕРУ

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю визначення детермінант легітимності політичної влади у цифрову еру. Адже, політичні та соціальні трансформації, які пов'язані зі становленням цифрової ери, охоплюють усі суспільні відносини, а не лише комунікації та інститут масмедіа. Варто погодитись із такою думкою: «Сучасне суспільство є вельми динамічною соціальною системою, якій притаманні різновекторні зміни в політичній, економічній, соціальній, культурній сферах тощо. У цьому контексті особливу актуальність набувають дослідження шляхів та тенденцій суспільного розвитку, значне місце серед яких належить процесам трансформації основ та принципів політичного управління. Політичні реалії сучасної України демонструють наявність широкого спектру проблем, пов'язаних як із самою владою, так і з суспільством... Сьогодні все частіше постає необхідність конкретних теоретичних і, що ще важливіше, практичних заходів, спрямованих на докорінну трансформацію політичної системи суспільства, що покликані покращити взаємодію між владою та суспільством, оптимізуючи управлінські процеси» [1, с. 72].

Водночас, слід зауважити, що в умовах цифрової ери відкриваються нові, порівняно із індустріальною епохою, можливості. Вони пов'язуються із інформаційними технологіями, які змінюють діяльність публічної влади, масмедіа, партій, інституту виборів, ін. Йдеться про такі феномени, як електронне урядування, розвиток соціальних мереж як основного засобу комунікацій між громадянами, кіберпартії та електронне голосування. Фактично, під впливом сучасних інформаційних технологій відбувається трансформація інституційного ландшафту політики. Інституціоналізація

соціальних мереж, кіберпартій, е-урядування та е-голосування суттєво впливає на політичний вибір громадян, зміни у їх поведінці та відносинах із владою. Легітимація влади відбувається в умовах медіатизації політики, а комунікативний вимір стає одним із визначальних.

Відзначимо: «В умовах медіатизації політики зростає роль комунікативних технологій (політичної реклами, пропаганди та зв'язків із громадськістю), які використовуються у мас-медіа задля забезпечення легітимності влади... на зміну науковим знанням як легітимізуючої основи соціального порядку епохи модерну прийшли медіатизація політики та медіаскандали як складник легітимності окремих політичних акторів. У сучасних мас-медіа домінують рейтингові політичні шоу, натомість аналітичні програми втрачають вплив... комунікативні технології здатні впливати на легітимність окремих політичних акторів у короткостроковій перспективі. Натомість процес легітимізації соціального порядку (який знаходиться в основі легітимності публічної влади) потребує в сучасних умовах впровадження електронного урядування та електронної демократії» [2, с. 103].

Враховуючи це, постає нагальна необхідність дати оцінку легітимності політичної влади у нових умовах. Адже, легітимність ще з часів М. Вебера визначається як залежність ефективності діяльності владних суб'єктів від рівня суспільної довіри та підтримки їх дій. Визначаючи легітимність як «ресурс панування», О. Висоцький зазначає: «В політиці легітимність – це ресурс панування, без якого неможливе існування політичних суб'єктів. Успішність легітимації політики безпосередньо пов'язана з ефективністю діяльності із забезпечення привабливості політики в очах суб'єктів її оцінювання та визнання. Отже, головним чинником та скеровуючим елементом системи легітимації є легітимаційна політика. Її формування і здійснення є важливою науковою проблемою, вирішення якої сприятиме гармонізації суспільно) владних відносин, демократизації політичної

практики, розширенню можливостей соціального та політичного управління» [3, с. 3].

Фактично, якщо використовувати тезаурус комунікативістики, то у процесі легітимації йдеться про зворотній зв'язок між владою та громадянами. У цифрову еру цей «зв'язок» вийшов на інший рівень. Соціальні мережі створили можливість швидкої відповіді на дії влади у вигляді постів та коментарів, які можуть набирати велику кількість різноманітних реакцій та змушувати владу реагувати на них. Тобто,

Проблема полягає у тому, що сучасні технології надають необмежені можливості щодо створення анонімних акаунтів та замовних постів й коментарів. У соціальних мережах демократичних країн можуть організовуватись цілеспрямовані штучні інформаційні кампанії щодо дискредитації влади, її делегітимації. Під час виборів вплив «конструювання» у соціальних мережах недовіри до уряду, або деяких кандидатів стає особливо помітним та небезпечним. Також, у випадку впровадження моделі е-голосування є небезпека хакерських атак та маніпуляцій із результатами волевиявлення громадян. Отже, детермінанти легітимності політичної влади, які сформувались у інформаційну еру безумовно сприяють відкритості та прозорості діяльності влади у демократичних системах, але, водночас, створюють нові виклики – маніпуляції громадською думкою, організація штучних кампаній у соціальних мережах щодо дискредитації влади тощо. Натомість, у авторитарних країнах держава монополізує вплив у соціальних мережах за допомогою «фабрик ботів» і політичної цензури та «капіталізує» цей вплив задля забезпечення легітимності режиму.

Вже доводилось відзначати небезпеку «поєднання потужних технологічних новацій та авторитарної держави» [4, с. 222]: «Становлення інформаційного суспільства, в основі якого знаходяться новітні технології комунікації, впливає на весь комплекс соціальних та політичних відносин. Передусім, трансформацій зазнає простір взаємодії між владою та

громадянами, який цифровізується, віртуалізується та медіатизується. Метафору «Левіафан у смартфоні» використано в якості позначення гібриду технологій інформаційної епохи та авторитаризму. Левіафан у смартфоні залишається Левіафаном... технології інформаційної епохи (як мережа інтернет так і мобільний зв'язок) здатні делегітимізувати владу завдяки маніпуляціям громадською думкою» [4, с. 222].

Є. Цокур пропонує власну модель легітимаційного процесу. У ній чільне місце посідає «зворотній зв'язок». На його думку, легітимаційний процес слід представити у вигляді «...певного безперервного циклічного руху, який бере початок від суспільства як першоджерела влади і легітимності, проходить певні обов'язкові етапи й рівні трансформацій та, зазнаючи впливу багатьох факторів, досягає конкретного результату у вигляді легітимної чи нелегітимної моделі політичного режиму. А далі реалізується система зворотного зв'язку, коли щойно легітимовані інституції влади починають реалізувати свої права й повноваження, делеговані їм суспільством. Вони зазвичай знаходять прояв у використанні технологій та методів впливу владних інститутів на життєдіяльність суспільства. Позитивна чи негативна оцінка суспільством дій владних інститутів зберігає або посилює їх легітимність чи, навпаки, позбавляє їх легітимності. За таких умов розпочинається новий легітимаційний цикл» [5, с. 63].

Відтак, до детермінант легітимності політичної влади у цифрову еру слід віднести такі інституційні детермінанти, як публічну владу, інститут виборів, політичні партії та масмедіа. За назвою цей інституційний ландшафт легітимації влади мало чим відрізняється від індустріальної ери. Але змістовно кожен із інститутів (які ми визначили в якості детермінант легітимності) зазнав суттєвих трансформацій, пов'язаних із цифровізацією соціальних відносин та медіатизацією політики. Йдеться про розвиток соціальних мереж, кіберпартій, е-урядування та е-голосування.

Список використаної літератури:

1. Михайлова, І. О. (2019). Легітимація державної влади в контексті міжнародних відносин. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 22(7), 72-80. <https://doi.org/10.15421/171976>.
2. Яковлева, Л. І. (2020). Комунікативний вимір процесу легітимації публічної влади. *Політикус: науковий журнал*, 3, 103-108. http://politicus.od.ua/3_2020/18.pdf
3. Висоцький, О. (2006). Легітимаційна політика: поняття і сутність. *Політичний менеджмент*, 3, 3-20.
4. Римар, Б. А. (2024). «Левіафан у смартфоні»? легітимність влади в інформаційну епоху. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 48, 218-222. http://apfs.nuoua.od.ua/archive/48_2024/35.pdf,
5. Цокур, Є. (2010). Загальна модель та особливості легітимації політичної влади *Політичний менеджмент*, 1, 61-67. http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2010_1_8.

Мужеляк Юлія Валеріївна

аспірантка кафедри політичних наук і права

*Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний
університет ім. К.Д. Ушинського»*

ЕЛЕКТОРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ: ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА ВТІЛЕННЯ В ПОЛІТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ

Визначення електорального політичного маркетингу ґрунтується на двох основних підходах: теоретико-методологічному та політико-праксеологічному, що дозволяє охарактеризувати електоральний політичний маркетинг як теорію, засновану на політико-комунікаційному підході до аналізу політичної діяльності, та як політико-праксеологічну діяльність з дослідження, проектування та регулювання політичного ринку влади шляхом розробки, планування та реалізації системи політико-маркетингових заходів в електоральному процесі [Див. детал.: 1].

Як відомо, саме США визначаються першою країною, де почав формуватися цей феномен, а сучасна технологія, яка поширилася в усі частини світу, маючи як багато прихильників, так і опонентів. Але це у теперішній час. А спочатку американські спеціалісти в галузі технології виборчих кампаній внесли значний внесок у розвиток цієї сфери політичної теорії та практики. В той же час, американський досвід організації виборчих кампаній характеризується певною неоднозначністю. Досить часто простежується ототожнення американськими пропагандистами процесу виборів зі збутом «товарів» (кандидата) «споживачам» (виборцям). Тобто, виборці розглядаються як однорідна споживча маса і ефективний вплив на неї відбувається простим шляхом сегментування. Останнім часом виборчі кампанії за «американською моделлю» все більше стають схожі на яскраві політичні шоу за відсутності значного змістовного навантаження, ставлячи за

мету розвагу глядачів та акцентуацію на емоціях електорату. Відповідальність за такий стан справ, у першу чергу, лежить на організаторах кампаній і представниках ЗМІ, що відповідають за висвітлення виборів.

Молода українська дослідниця Бокач В. М. метою електорального маркетингу у виборчому процесі визначає, перш за все, забезпечення постійного контакту з виборцями, вивчення їх потреб, створення політичного продукту, що відповідає потребам виборців. І з цим варто погодитися.

Політичний маркетинг розуміється як багатоаспектний феномен, що представляє собою, в першу чергу, стратегічний напрямок суспільного розвитку, своєрідну ідеологію, трактування основних понять, які задають орієнтири політичного процесу, закріплені в нормативних актах і визнані як політичними інститутами, так і суспільством в цілому, по-друге, теорію, що дозволяє на основі наукових методів і політичного аналізу вивчати політичний ринок, планувати і контролювати ефективність політичної діяльності; по-третє, технологію, що представляє собою комплексну систему методів і прийомів цілеспрямованого впливу на аудиторію.

Політичний ринок характеризується певними особливостями, які і вирізняють електоральний політичний маркетинг від інших його типів. Продаж «товару» на політичному ринку супроводжується політичною конкуренцією між його «продавцями». В якості пропонованого на політичному ринку політичного «товару» виступають політичні «продукти», а продавцями ж політичного товару є політичні еліти, партії, рухи, лідери, які створюють і просувають на політичному ринку свої політичні «продукти», з урахуванням інтересів та потреб покупців. На відміну від ринку комерційного, для політичного ринку характерні такі форми боротьби за покупця, як недобросовісна конкуренція, що ведеться методами, пов'язаними з порушенням встановлених, наприклад, на комерційному ринку норм і правил конкуренції. Такими методами можуть виступати, наприклад, таємна змова; помилкова інформація і реклама; копіювання зразків продуктів конкурентів; переманювання фахівців конкурентів, які володіють

«виробничими» і стратегічними секретами; політичне шпигунство тощо. Функціонування розвиненого політичного ринку передбачає наявність таких відносно самостійних його сегментів як ринок влади, цінностей і технологій.

Якщо аналізувати виборчі кампанії, що проводилися вже в незалежній Україні, то, на превеликий жаль, варто зазначити, що більшість з них проводилася «брудними» технологіями маніпулювання масовою свідомістю та з використанням адміністративного ресурсу. Варто відзначити й той факт, що останні президентські вибори більш нагадували американський зразок проведення виборчих кампаній, і, як вважають фахівці-маркетологи, були більш-менш наближені до комплексного підходу у виборі комунікаційних каналів і цільову спрямованість на аудиторію. Щоправда, інші маркетологи дотримуються протилежної думки і стверджують, що останнім часом виборчі кампанії за «американською моделлю» все більше стають схожі на яскраві політичні шоу за відсутності значного змістовного навантаження, ставлячи за мету розвагу глядачів та акцентуацію на емоціях електорату. Відповідальність за такий стан справ, у першу чергу, лежить на організаторах кампаній і представниках ЗМІ, що відповідають за висвітлення виборів [2].

Відтак, не має і не може бути «універсальної» моделі проведення ефективних технологій і механізмів політичного маркетингу саме через те, що це потребує формулювання та дотримання виконання стратегії політико-маркетингових комунікацій, що сприяє налагодженню контактів суб'єктів політики з громадянами і значною мірою залежить від національних особливостей, менталітету, соціально-економічного рівня життєдіяльності, та інших суттєвих характеристик. Не викликає заперечень, що технології, які успішно , наприклад, в політичних кампаніях США, не можуть бути застосовані без істотних змін в західно– та східноєвропейських країнах, зокрема в Україні.

Список використаної літератури:

1. Бокач В. М. Електоральний маркетинг в політичному процесі : теорія та міжнародна практика: Дисертація ... кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси. Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського». Одеса, 2014. 203 с.
2. Lees-Marshment J. Marketing after the election: the potential and limitations of Maintaining a market orientation in government. URL:
<http://leesmarshment.wordpress.com/articles-in-peer-reviewed-journals>

Білий Веніамін Сергійович

аспірант кафедри політичних теорій

факультету психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТІВ: ВИБОРИ ЯК ТОЧКА БІФУРКАЦІЇ

У процесі інституціоналізації політичних дебатів слід відзначити два підходи. Передусім, інституціоналізацію (утворення соціальних та політичних інститутів) інтерпретують як самоорганізацію індивідів з метою оптимізації та регулювання певної сфери суспільних відносин, тобто утворення інститутів відбувається внаслідок «...процесу перетворення якого-небудь явища або руху в організовану установу» [1], «...розвитку стійких і формальних зразків поведінки людини, які складають інститут... вироблення норм права у якій-небудь галузі суспільних відносин» [1].

Дослідження інституціоналізації з точки зору самоорганізації індивідів характеризує, передусім, синергетичний підхід. Завдяки синергетичному підходу тезаурус політичної науки збагатився такими поняттями та принципами, як «нелінійний розвиток», «нерівноважні системи», «порядок із хаосу» (назва фундаментальної праці І. Пригожина та І. Стенгерс), «ентропія», «точки біфуркації».

Наголосимо, що у процесі цифровізації суспільства та становлення цифрової ери значно зростає «ентропія» соціальних та політичних систем. У таких умовах вибори інтерпретуються як точка біфуркації у процесі інституціоналізації політичних дебатів в Україні.

Синергетика має не лише теоретичне, але й практичне значення для процесу інституціоналізації політичних дебатів, оскільки пропонує модель становлення «порядку» (у контексті даного дослідження визначимо цей порядок як утворення, діяльність та взаємодію «інститутів») внаслідок

самоорганізації з хаосу. Щодо «точок біфуркації», то «Біфуркація в перекладі з латинської означає роздвоєння. Вперше це поняття було введено відомим математиком А. Пуанкаре на початку XX ст., пізніше теорія біфуркація знайшла застосування в інших галузях науки від фізики до соціології, не обійшовши й економіку. Вивчення і використання основ біфуркації сприяє більш детальному дослідженню будь-яких систем... Точка біфуркації являє собою переломний, критичний момент у розвитку системи, в якому вона здійснює вибір шляху, це точка розгалуження варіантів розвитку... точка біфуркації – це певний момент часу, впродовж якого вирішується подальша доля розвитку...» [2, с. 66].

Варто погодитись із тим, що синергетика виступає «методологічним каркасом» багатьох політичних процесів, зокрема – інституціоналізації.

Як зазначає Н. Спасів, визначаючи «Синергетику як методологічний каркас пізнання об'єднаних територіальних громад»: «...важливим етапом саморозвитку системного підходу є синергетика, яка прийшла на зміну діалектиці. Цілком логічним у контексті нашого дослідження є застосування наукових доробок саме цієї теорії, адже її методологічний потенціал і мультидисциплінарний характер дозволяє виявити принципово нові закономірності розвитку живих, неживих і суспільних систем, формування універсальних методів дослідження складних процесів, що дає змогу розкрити загальні закономірності виникнення й об'єднання територіальних громад і тенденцій їх розвитку, враховуючи часовий континуум. Синергетика виникла як інноваційний стиль мислення внаслідок появи мультидисциплінарних проблем людства – економічних, демографічних, екологічних, соціальних...» [3, с. 204].

З іншого боку, встановлення інститутів може відбуватись під зовнішнім тиском (на початку 90-х років у пострадянських країнах йшлося радше про застосування м'якої сили задля «транзиту» від авторитаризму до демократії) внаслідок «запозичення» певних інститутів чи навіть усього інституційного дизайну.

Як зазначають Ю. Миронов та М. Миронова: «Сучасне суспільство розвивається нерівномірно, соціально-економічні відносини постійно змінюються. Процес виокремлення та закріплення певних норм, правил, ролей, статусів та соціально-економічних відносин, складення їх у систему, що орієнтується на задоволення значущих для суспільства потреб визначається як «інституціоналізація»... будь-яка соціальна дія здійснюється в деякому соціальному просторі, яка називається «полем», – це умовно виділена частина суспільства, яка включає усіх діючих осіб, котрі мають хоч якийсь вплив на результат. Дійові особи поля намагаються побудувати систему домінування на цьому полі. Це можливо шляхом створення та підтримки певної локальної культури («локальної» означає «що діє в рамках даного поля»). Культура включає в себе певні правила поведінки, які приймаються дійовими особами поля (акторами). Актори поділяються на тих, що займають якусь позицію і тих, які оспорюють або претендують на якусь позицію. Як правило, перші нав'язують другим такі правила поведінки, які сприяють відтворенню їх панівного становища. Боротьба між першими і другими за зміну цієї локальної культури і є джерелом розвитку поля та причиною еволюції інститутів» [4, с. 9].

Відповідно, під час виборів (які виступають точкою біфуркації у процесі інституціоналізації політичних дебатів), відбувається зіткнення двох трендів – авторитарного та демократичного. Через загрози «авторитарних» реверсів, які час від часу виникають у країнах світової «периферії» (І. Валерстайн), інституціоналізація політичних дебатів так і не відбулась. Погодимося: «У сучасному політичному дискурсі не залишилось місця для такого, здавалось би, елементарного здобутку політики епохи модерна й маркеру демократії, як політичні дебати... Дебати стали табу у вітчизняному медіадискурсі навіть під час електоральних змагань... Конструювання політичного дискурсу в демократичних країнах відбувається у формі дебатів. Поліфонія публічного дискурсу (або дискурсів) у політичній площині репрезентується завше у формі бінарних опозицій. Одна з найкращих

ілюстрацій раціонального політичного дискурсу – парламентські дебати. У них виражається квінтесенція політичного дискурсу модерних суспільств» [5, с. 85].

Отже, прихильники демократизації політичного простору, які вважають дебати невід'ємною частиною раціонального вибору громадян, зіштовхуються із опором опонентів, які не зацікавлені у інституціоналізації дебатів в Україні. За таких умов залишається сподіватись на те, що під час проходження українським суспільством чергової «точки біфуркації» нарешті відбудеться інституціоналізація політичних дебатів у виборчому процесі.

Список використаної літератури:

1. Інституціоналізація. *Словник.ua*. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=інституціоналізація>
2. Буднікова, Ю.В. (2012). Дослідження сутності поняття «точка біфуркації» в економіці. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*, 4, 65-68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2012_4_12
3. Спасів, Н. Я. (2019). Синергетика як методологічний каркас пізнання об'єднаних територіальних громад. *Регіональна економіка та управління*, 1(23), 203-212. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/825430.pdf>
4. Миронов, Ю.Б., Миронова, М.І. (2016). Інституціоналізація як соціально-економічний феномен. *Вісник Херсонського державного університету. Економіка*, 17 (3), 9-11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_17\(3\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_17(3)_3).
5. Яковлев, Д. В. (2020). Дискурс вітчизняних медіа щодо країн Балтії: минуле/майбутнє, policy/politics. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 26, 82-87. URL: http://apfs.nuoua.od.ua/archive/26_2020/14.pdf

Аміров Артур Олександрович

аспірант кафедри політичних теорій

факультету психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИЙ ВИБІР УКРАЇНИ: ПАРТІЙНІ ПРОГРАМИ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЧИННИКИ

Дискусії щодо зовнішньополітичного вибору є невід’ємною складовою політичного процесу в Україні. Протягом усіх років після розпаду СРСР дискурс щодо зовнішньополітичного вибору був одним із головних чинників пострадянських трансформацій. Розвиток інтернет-комунікацій та становлення цифрової ери утворили новий контекст діяльності політичних партій, масмедіа та інших інститутів зовнішньополітичного вибору.

У сучасних умовах актуалізується необхідність визначення інституційних чинників зовнішньополітичного вибору України та його відображення у партійних програмах. Погодимось із констатацією того, що під час парламентських виборів 2019 року політичні партії недостатньо уваги приділяли ідеологічній складовій: «...політичні партії України – це партії універсального типу із розмитими ідеологічними орієнтаціями... Внутрішні партійні дискусії щодо ідеологічної доктрини продовжуються досі... Це тривожний сигнал, який призведе до зменшення уваги до ідеологій на наступних виборах» [1, с. 1]. Щоправда, не можна погодитись із тезою щодо зменшення ролі партійних ідеологій під час наступної парламентської кампанії, навпаки – ідеологічна складова стане однією із визначальних.

Наголос слід зробити саме на раціональному політичному виборі громадян України, наслідком якого має стати демократизація політичних інститутів (включно із внутрішньопартійною взаємодією та міжпартійними відносинами). Зв’язок між вільним та раціональним вибором громадян, демократизацією політичних інститутів й зовнішньополітичним вибором є

очевидним. Адже зовнішньополітичний вибір України стосується не лише процесів інтеграції та дезінтеграції, а й відбувається у координатах вибору між авторитаризмом та демократією.

Відзначимо: «Зовнішньополітичний вибір будь-якої країни завжди передбачає не лише визначення напрямку та стратегії інтеграції. Його важливою складовою є дезінтеграція – послаблення, або й повне розірвання зв'язків у політичних, економічних, культурних та інформаційних відносинах між країнами чи групами країн. Інтеграція у одному напрямку має супроводжуватись дезінтеграцією в іншому, адже неможливо інтегруватися в усі сторони одночасно» [2, с. 187].

Відповідно, суттєво зростає потреба у демократизації політичних інститутів – від парламенту до партій, від виборів до масмедіа.

Щодо ролі масмедіа у визначенні та реалізації зовнішньополітичного вибору України, то задля вирішення складних дилем політичного розвитку, які постали перед Україною на сучасному етапі представники медіа-ринку (власники, редактори, журналісти тощо) мають перейти від моделі «медіа-скандалів» та «медіатизованих політичних шоу» до раціональних політичних дебатів. Обґрунтованою є наступна думка: «У сучасному політичному дискурсі не залишилось місця для такого, здавалось би, елементарного здобутку політики епохи модерна й маркеру демократії, як політичні дебати... дискурс медіа сьогодні формується розважальними ток-шоу на політичну тематику та обертається навколо медіа-скандалів. Дебати стали табу у вітчизняному медіадискурсі навіть під час електоральних змагань... застосування раціональної аргументації в дискурсивному просторі з метою переконання громадян поступилось місцем медіатизації політики. А політичний дискурс став простором спрощеного сприйняття реальності, місцем емоційного шантажу громадян із боку журналістів та експертів... Маємо ірраціональний медіадискурс, який спотворює раціональний електоральний вибір» [3, с. 85]. Медіа, як четверта влада, мають радше виступати посередником у діалозі між зацікавленими сторонами щодо

сутності та шляхів реалізації суспільного блага у цілому та зовнішньополітичного вибору, зокрема, аніж бути стороною політичних конфліктів. При цьому, раціональні політичні дебати є важливим механізмом демократизації політичних інститутів як складової зовнішньополітичного вибору. Незалежно від «медіуму» – будь-то традиційні медіа (телебачення, радіомовлення, преса) чи сучасні інтернет-комунікації (блогінг, соціальні мережі та платформи), дебати щодо зовнішньополітичного вибору мають структуруватись навколо вирішення основних дилем щодо демократизації влади та обороноздатності країни, національного інтересу та горизонтальної (мережевої) чи вертикальної (ієрархічної) взаємодії з міжнародними партнерами тощо.

Щодо ролі політичних партій та партійного дискурсу у процесі зовнішньополітичного вибору, то вона обумовлена деідеологізацією, олігархізацією та демократизацією. На особливу увагу заслуговують візії зовнішньополітичного вибору, представлені у програмах політичних партій під час парламентської кампанії 2019 року.

Так, у програмі партії «Слуга народу» визначено необхідність впровадження стандартів північноатлантичного альянсу, підвищення видатків на оборону, децентралізації та демонополізації оборонних закупівель (розділ «Безпека і оборона»). Щодо зовнішньополітичного вибору, то йшлося про ухвалення законів для виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС і розширення співпраці з Європейським Союзом, старт програми «комерційної дипломатії» [4]. Партія «Батьківщина» наголошує на необхідності європейської та євроатлантичної інтеграції, посиленні напрямку безпеки та обороноздатності України, скасування мінських домовленостей [5]. У програмі «ЄС» наголошується на попередніх здобутках (Угода про асоціацію з ЄС та отримання томосу) і необхідності продовження курсу на вступ до ЄС та НАТО [6]. У програмі партії «Голос» також відзначається важливість впровадження європейських та євроатлантичних стандартів [7].

Список використаної літератури:

1. Kroytor, A. V. & Yakovlev, D. V. (2020). Post-election situation in Ukraine: changing faces or ideological transformations? *Contemporary issues of the world community and the role of social sciences in ensuring its development : collective monograph* / A. V. Kroytor, D. V. Yakovlev, S. V. Kutsepal, O. M. Yeremenko, etc. Lviv-Toruń : Liha-Pres, 1-29.
2. Аміров, А. О. (2021). Безпековий аспект зовнішньополітичного вибору України. *Наука та суспільне життя України в епоху глобальних викликів людства у цифрову еру (з нагоди 30-річчя проголошення незалежності України та 25-річчя прийняття Конституції України)* : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 21 трав. 2021 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 1, 187-189.
3. Яковлев, Д. В. (2020). Дискурс вітчизняних медіа щодо країн Балтії: минуле/майбутнє, policy/politics. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 26, 82-87.
4. Передвиборна програма партії «Слуга Народу». URL: <https://sluga-narodu.com/program/>
5. Передвиборна програма ВО «Батьківщина». URL: <https://ba.org.ua/programm/>
6. Програма політична партії «Європейська солідарність». (2019), 25. URL: https://eurosolidarity.org/wp-content/uploads/2020/02/Programa_31_05_2019.pdf
7. Програма партії Голос. URL: <https://goloszmin.org/program>

СЕКЦІЯ 3. ЦІННІСНИЙ ВИМІР ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Наумкіна Світлана Михайлівна
доктор політичних наук, професор,
завідувач кафедри політичних наук і права
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний
університет ім. К.Д. Ушинського»

Левенець Михайло
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 052 –
Політологія
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний
університет ім. К.Д. Ушинського»

НОВА ПЛАТФОРМА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ФОРМ КОМУНІКАЦІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ

Мета цих тез – визначити різні аспекти політичної комунікації в соціальних мережах, тобто обґрунтувати відповідь, як різні актори висловлюють свої політичні ідеї на різних платформах соціальних мереж.

Екосистема соціальних медіа часто трансформується і нові платформи починають змінювати попередні. Тому варто постійно досліджувати нові аспекти політичної комунікації, яких не існувало ще пару років тому і, можливо, не буде в найближчому майбутньому.

Як відомо, створення узагальненої теорії політичної комунікації в соціальних мережах – це не просто складна мета, це необхідність, у першу чергу, створити постійно розвиваючі структури, які б справлялися з підривною екосистемою.

Автори тез вважають за доцільне обрати практичним підхід, який надає приклади того, як проводити мультиплатформний аналіз соціальних мереж. Ці підходи залишаються корисними навіть для нових платформ соціальних мереж у майбутньому. Основними платформами в цьому дослідженні є Фейсбук, Твіттер, Інстаграм, ЮТюб та ТікТок.

Стисло розглянемо найважливіші складові:

А: Моніторинг політичної комунікації

Першим кроком до правильного розуміння того, як відбувається політична комунікація в соціальних мережах, є збір та моніторинг даних. Твіттер надає лише відсоток від загальної кількості твітів у певний момент часу, і ця вибірка виявилася упередженою. Фейсбук суворо обмежив доступ до даних платформи через свій інтерфейс прикладного програмування (API) після скандалу з Кембридж Аналітика [1]. Інші соціальні мережі, такі як TikTok, навіть не мають офіційних API.

В: Політичні актори

Політичні діячі використовують соціальні медіа, як основний канал комунікації для представлення своїх ідей громадськості у більш прямий спосіб, без таких посередників, як журналісти чи ЗМІ. Деякі політики є завзятими продюсерами соціальних мереж (наприклад, Дональд Трамп), інші – переважно мовчать (наприклад, у свій час Ангела Меркель). Політичні партії, як суб'єкти, також мають свою присутність в Інтернеті для переконання виборців та їх мобілізації у назначений термін. Існує два типи комунікації – від політичних акторів до користувачів: органічний контент і спонсорський контент. Поширення органічного контенту залежить від структури мережі підписників та користувачів, які поширюють їх контент. З іншого боку, охоплення спонсорованого контенту залежить від фінансових інвестицій партій. Хорошо відомий такий яскравий факт : під час передвиборчої кампанії майже 10 років тому, у 2016 році Хіллари Клінтон витратила 38 мільйонів доларів на рекламу у Фейсбук, а Дональд Трамп – 44 мільйони доларів [Див., напр. : 2]. Для порівняння, у 2020 році Джо Байден витратив 103 мільйони доларів, а Дональд Трамп на цю платформу – 85 мільйонів доларів. Політичний контент процвітає у соціальних мережах, на якому намагаються заробити політичні актори. На жаль, офіційних даних щодо витрат у 2024 році автори не мають.

С: Заангажовані користувачі

Соціальні медіа дозволяють громадянам висловлювати свої політичні погляди та ділитися своїми ідеологіями. Деякі користувачі соціальних мереж беруть активну участь у політичних дискусіях, тоді як інші є досить пасивними, які сприймають соціальні медіа лише як джерело інформації. Журналісти та політики більше не є єдиними джерелами політичного контенту. Заангажовані користувачі належать до категорії активних і створюють контент, який підтримує їхню партію або політичні ідеї. Популярні партійні користувачі стають інфлюенсерами на платформі соціальних мереж, а, отже, відіграють важливу роль у політичній комунікації. Обміни між заангажованими користувачами різних політичних партій, як правило, пронизують політичну тканину соціальних медіа. Так, TikTok як відносно нова платформа соціальних мереж, опинилася в центрі уваги, з точки зору створення нових форм політичної комунікації. Її база користувачів зросла на 75 % у 2020 році і незабаром досягла понад 1 мільярда активних користувачів. Це дослідження зосереджене навколо політики США, враховуючи велику кількість політичного контенту на платформі напередодні виборів у США 2020 року [3].

D: Погані агенти

Це, як правило, недоброзичливі актори, які ведуть себе всупереч кодексу поведінки платформи, поширюють дезінформацію або постійно поширюють токсичні коментарі. Ці актори можуть бути автоматизованими чи ні, політичними акторами або заангажованими користувачами. Розмежування не є простим, а особливо якщо користувачі діляться ідеями або посиланнями на історії, які, на їх думку, є правдивими, оскільки вони довіряють джерелу (кабельним новинам, газеті, блогу чи іншому джерелу, яке надає неправдиву інформацію. Так, наприклад. пандемія коронавірусу 2019 року породила середовище дезінформації в соціальних мережах, яка мала побічний вплив на реальні події. Таким чином, використовують опублікований контент недоброзичливців, як вхідні дані для механізму раннього виявлення шкідливих відео. В якості прикладу можна обрати і звіт «Федеральні вибори

в Німеччині 2017 року» [4], в якому проаналізовано активність у соціальних мережах за місяці, що передували виборам у Німеччині, обговорено вплив соціальних ботів і тролів у Твіттері.

Щодо минулих виборів у США, то інтерес у цьому напрямку викликає активність російських тролів [5], оскільки вони також були активними протягом кількох місяців перед виборами в Німеччині.

Таким чином, визначення різних аспектів політичної комунікації в соціальних мережах – це одна з актуальніших і важливих завдань як політичної теорії, так і політичної практики сьогодення.

Список використаної літератури:

1. Брунс А. Після «АРІ-катастрофи»: Соціальні медіа-платформи та їхня боротьба проти критичними науковими дослідженнями. *Інформація, комунікація та суспільство*. 2019. С. 1544– 1566.
2. Новосельський І. Ф. Конвергентні медіа в соціокультурному полі України: політологічний аспект. Дис. ... д-ра філософії в галузі політології. Спеціальність 052. 2ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2021. 256 с.
3. Лоренц Т. Політичні мудреці TikTok. The New York Times, 2020. URL : <https://www.nytimes.com/2020/02/27/style/tiktokpolitics-bernie-trump.html>
4. Звіт про соціальні медіа: Федеральні вибори в Німеччині 2017 року. Видавництво Університету ТУМ (Мюнхен, Німеччина). 2018.
5. Звіт про соціальні медіа: Федеральні вибори в Німеччині 2017 року. Видавництво Університету ТУМ (Мюнхен, Німеччина). 2018. 54 с.
6. Романо А. Твіттер оприлюднив 9 мільйонів твітів однієї російської троль-ферми ферми. Ось, що ми дізналися, 2018.
<https://www.vox.com/2018/10/19/17990946/twitter-russian-trollsbots-election-tampering>

Яковлева Лілія Іванівна

доктор політичних наук, професор,

професор кафедри соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ФІЛОСОФСЬКИЙ ДИСКУРС ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ:

ІДЕНТИЧНІСТЬ, ЛЕГІТИМНІСТЬ, КОМУНІКАЦІЯ

Розуміючи всю складність дослідницького напрямку «філософії інтеграції» і широту охоплення символічних просторів, уявних і реальних кордонів, у яких відбувається пошук відповіді фундаментальні питання інтеграції (не забуватимемо про діалектичний зв'язок інтеграції та дезінтеграції) необхідно відразу внести ясність у предмет представлених нижче роздумів. Адже, як зазначала Є. Кіш «На початку XXI століття визначальною рисою розвитку євроінтеграційного студіювання є істотне розширення його проблематики, яке відбувається на тлі формування нових концептуальних підходів щодо висвітлення окремих сегментів складного процесу євроінтеграції. Водночас важливою складовою новітніх пошуків інтеграційних теорій, які б адекватно пояснювали сучасні процеси євроінтеграції чи окреслювали напрямки розвитку її в майбутньому, є усвідомлення поліваріантності тлумачення ролі і значення суб'єктів міжнародних відносин» [1, с. 108].

Основна ідея, навколо якої будуть будуватися подальші інтерпретації полягає в тому, що інтеграційні процеси різного рівня та складності не лише призводять до суттєвих змін у розумінні ідентичності, легітимності влади, інтенсивності та прозорості комунікації, а й повною мірою залежать від них. Також, у тезах знайде розвиток ідея взаємного впливу ідентичностей, легітимності та комунікації.

Особливо слід наголосити на важливості дослідження філософського дискурсу інтеграційних процесів та виокремленні таких його складових, як

ідентичність, легітимність та комунікація у контексті зв'язку між викладацькою та науковою діяльністю. Зокрема, щодо удосконалення тематичного плану навчальної дисципліни «Філософські засади європейської та євроатлантичної інтеграції» та визначення її місця у підготовці фахівців (передусім, передумов та реквізитів) [2].

Визначити синергію політичних ідентичностей, демократичної легітимності та раціональної комунікації уявляється можливим, якщо скористатись тематичними рамками та інтелектуальним порядком денним, запропонованим організаторами IV Всеукраїнської конференції «Трансформації українського суспільства у цифрову еру».

Відповідно, акцентуючи увагу на «цифровому суспільстві» та «цифровій ері» необхідно відзначити виклики, які виникають у дискурсах інтеграційних процесів: 1) тренд на відродження національної ідентичності в умовах війни і її протиставлення у інтеграційному та дезінтеграційному дискурсах громадянській та політичній ідентичностям; 2) переважання мобілізаційного аспекту над політичною інклюзивністю у діяльності влади в умовах воєнного стану та, відповідно, сумніви у моделі демократичної легітимності. Також деконструкція («перебудова») демократичної легітимності та посилення авторитарних трендів обумовлена неможливістю відтворення електоральної легітимності в Україні під час війни; 3) суттєві трансформації комунікативного простору, який для дискурсу інтеграційних процесів має неабияке значення. Без спільного інформаційного поля інтеграція неможлива, натомість у сучасних умовах традиційні медіа поступаються впливом соціальним мережам, єдність зникає – формуються «інформаційні бульбашки», інтерактивні медіа приходять на зміну аудіовізуальним медіа.

Як вже доводилось відзначати: «Надзвичайну вагу процес формування мереж має для політичних відносин. Йдеться про суттєві зрушення у демократичному представництві, е-демократію та е-урядування. Але не тільки. Передусім, постає новітня форма соціального порядку – мережеве

суспільство. У соціальному порядку мережевого суспільства знову загострюються проблеми, які, здавалось би, вже знайшли своє вирішення під час консолідації демократичних політичних режимів. Одним із головних завдань стає забезпечення легітимності соціального порядку в умовах цифрового суспільства. З одного боку, необхідно уникнути небезпеки побудови «цифрового тоталітаризму». З іншого, можлива делегітимація публічної влади через занурення суспільства у інформаційний хаос, коли надмірна кількість інформаційних потоків та хвиль може призвести до соціальної та політичної дестабілізації» [3,с. 201].

Усе більше сумнівів виникає щодо визначення діалогу як універсального комунікативного засобу інтеграції. Комунікативна дія (в основі якої – раціональність) здає позиції відносно «драматичної» дії, а віднедавна – знову програє «конкуренцію» інструментальній дії.

Голос публічних інтелектуалів слабкіший, аніж вплив блогерів. Принагідно зауважимо: «В умовах медіатизації, яка перетворює політику (у двох сенсах: як публічну політику так і боротьбу за голоси виборців під час електоральних змагань) на частину медіа-процесу, посилюються виклики для раціональної політичної комунікації. Легітимність влади скоріше потребує від політиків участі у ток-шоу, аніж спирається на раціональну аргументацію. Доля окремих політиків, політичних інституцій та необхідних суспільству реформ вирішується не під час раціональних політичних дебатів, а на політичних ток-шоу» [4, с. 163].

Очевидно, що йдеться насамперед про політичні та економічні аспекти інтеграційних процесів, які зазнають величезного, якщо не вирішального, впливу цифровізації та інформатизації. Природно, політичні та економічні інститути перебувають у центрі дослідницької уваги. Натомість, у фокусі філософського дискурсу знаходяться й інші інститути – медіа, недержавні, міжнародні та міжурядові організації. Відповідно, подальших досліджень потребує роль інституційної взаємодії у інтеграційних процесах та визначення механізмів підвищення її ефективності.

Список використаної літератури:

1. Кіш, Є. (2004). Пошуки теоретичних моделей європейської інтеграції. *Політичний менеджмент*, 6, 103-114.
http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2004_6_12.
2. Яковлева, Л. І. (2024) Філософські засади європейської та євроатлантичної інтеграції України : силабус навчальної дисципліни. Одеса : НУ «ОЮА», 13.
3. Яковлева, Л. І. (2023). Легітимність публічної влади у мережевому суспільстві. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 40, 201-205.
- Яковлев, Д. В., Яковлева, Л. І. (2022). Політика без ток-шоу. Потенціал звернень публічних інтелектуалів щодо легітимації влади. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 39, 163-169.

Яценко Микола Анатолійович

*кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології
Національного університету «Одеська юридична академія».*

Вплив цифровізації на трансформацію соціального капіталу

Соціальний капітал починається з мереж, які об'єднують людей і групи. Традиційно мережі формувалися через особисту взаємодію, географічну близькість або родинні зв'язки. Однак цифровізація змінила концепцію мереж, зробивши їх більш доступними та інклюзивними. Платформи соціальних медіа, різноманітні професійні мережі та форуми спільнот створюють віртуальні простори, де люди можуть легко об'єднуватися на основі спільних інтересів, цілей чи професій, незалежно від географічного розташування. Цифрові інструменти дозволяють людям належати до численних мереж, що перетинаються, які охоплюють різні соціальні, економічні та культурні середовища. Цей безпрецедентний зв'язок може збільшити соціальний капітал, надаючи ширший доступ до ресурсів, інформації та систем підтримки. Однак цифровізація також створює ризик виникнення неглибоких, слабких зв'язків. Тому важливо оцінити, чи є ці нові форми мереж такими ж ефективними у створенні та розвитку соціального капіталу в довгостроковій перспективі, як і традиційні.

На думку Р. Патнема, одним з основних елементів соціального капіталу є довіра [5]. Вона сприяє співпраці та зменшує трансакційні витрати в соціальній та економічній діяльності. В умовах цифровізації довіра набуває нових вимірів. Онлайн-платформи надають механізми для розбудови довіри, такі як відгуки, рейтинги та цифрові контракти, які мінімізують негативний вплив анонімності або низького рівня особистого зв'язку, що часто характеризують цифрову взаємодію. Деякі платформи (eBay, Uber тощо) використовують рецензії та рейтингові системи для створення форми цифрової довіри, яка дозволяє незнайомим людям взаємодіяти з довірою.

Однак цифрова довіра має відповідати на нові виклики: поширення дезінформації, крадіжки персональних даних, шахрайство в Інтернеті тощо. Побудова довіри, яка може зміцнити онлайн-відносини, вимагає ефективної модерації, прозорості та розробки надійних заходів безпеки.

Аналізуючи вплив діджиталізації на формування та розвиток соціального капіталу, найпомітніші зміни відбуваються у підходах до комунікації та колективних дій. Ефективні канали комунікації важливі як на мікро-, так і на макрорівні, оскільки вони є необхідною складовою соціального капіталу. Цифрові платформи змінили спосіб нашого спілкування, пропонуючи миттєві, багатоканальні варіанти, які раніше були неможливі. Застосунки для обміну повідомленнями, відеодзвінки та соціальні мережі дозволяють здійснювати безперервну комунікацію в режимі реального часу на величезних відстанях, полегшуючи таким чином обмін ідеями, інформацією, управлінням та веденням бізнесу. Колективні дії, своєю чергою, означають здатність окремих осіб чи груп працювати задля досягнення спільних цілей. Діджиталізація трансформувала підходи до мобілізації та організації колективних дій. Сучасні цифрові інструменти зменшують витрати на координацію та дозволяють швидко поширювати інформацію, що дає змогу великим групам формуватися та діяти впродовж короткого періоду часу.

Однак існує і негативний вплив діджиталізації на соціальний капітал. Наприклад, у випадках створення «бульбашок фільтрів», коли учасники, об'єднані спільними інтересами, ідеями чи обов'язками, отримують інформацію, яка посилює їхні існуючі переконання. Ці фільтри часто ґрунтуються на минулому досвіді і призводять до вузького потоку інформації. Це поглиблює розбіжності та створює поляризовані спільноти. Таке середовище негативно впливає на розширення соціальної мережі партнерств і ускладнює дію соціальних норм.

Цифрове середовище докорінно змінило динаміку соціального капіталу, змінивши способи його генерування, використання та звітування в ширшому

контексті нематеріальних активів. Соціальний капітал, який характеризується довірою, мережами та взаємністю всередині та між громадами, все більше переплітається з цифровими платформами, впливаючи як на його вимірювання, так і на його інтеграцію в організаційні системи звітності.

Для вимірювання соціального капіталу прийнято використовувати 3 його складові: мережі, довіру та соціальні норми (згуртованість) [5]. Наприклад, методологія Світового банку для кількісної оцінки соціального капіталу базується на взаємодії цих вимірів, створюючи можливості для розвитку соціальних норм, мереж та довіри [6]. У сучасному світі, який стає все більш цифровим, процеси діджиталізації мають значний вплив на кожен з цих вимірів, змінюючи способи спілкування, взаємодії та співпраці акторів.

У базовому посібнику з соціального та людського капіталу підкреслюється важливість визнання соціального капіталу як невід'ємної складової вимірювання ефективності бізнесу [1]. Соціальний капітал включає цінність, створену через партнерства та мережі, які бізнес розвиває між зацікавленими сторонами на різних рівнях. Таке визначення узгоджується з класичними науковими підходами Р. Патнема [5] та П. Бурдьє [2], де довіра, партнерство та колективні дії є ключовими вимірами соціального капіталу.

Вимірювання соціального капіталу є складним процесом. Існує підхід, що базується на суттєвості, коли компанії визначають і надають пріоритет найбільш впливовим аспектам соціального капіталу для зацікавлених сторін і результатів діяльності бізнесу. Серед показників для оцінки соціального капіталу – індекс довіри, рівень залучення громади та задоволеність працівників. Варто зазначити, що запропонований підхід враховує наукові підходи Дж. Коулмена [3], Дж. Нахапета та С. Гошала J.Coleman, J.Nahapet та S.Goshal, [4], які пропонують схожі кількісні показники для оцінки нематеріальних ресурсів, що формують соціальний капітал.

Діджиталізація розширила охоплення та вплив соціального капіталу, уможлививши швидке формування та розширення мереж. Такі платформи, як соціальні мережі, професійні сайти та цифрові форуми сприяють

формуванню соціального капіталу (тісних, довірчих відносин). Цифрові інструменти та платформи надають нові можливості для розбудови спільнот, колективних дій та обміну інформацією, тим самим збільшуючи цінність, що створюється завдяки соціальним зв'язкам. Зокрема, для бізнесу цифрове середовище може забезпечити взаємодію зі стейкхолдерами в режимі реального часу, що позитивно впливає на прозорість, довіру та взаємну вигоду. Однак необхідно враховувати особливості цифрових соціальних мереж. Перехід від фізичного до віртуального простору часто вимагає переоцінки способів вимірювання та звітування про соціальний капітал. Нематеріальна природа соціального капіталу стає більш вираженою в цифровому середовищі.

Список використаної літератури:

1. A4S Essential Guide Series: Social and Human Capital Accounting. URL: <https://www.accountingforsustainability.org/social-and-human-capital.html>
2. Bourdieu P. The forms of capital. Handbook of theory and research for sociology of Education. Richardson, J. (ed.), Greenwood Press, New York, P. 241-258.
3. Coleman J.S. Social Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology, Vol. 94 (1), P. S95–S120.
4. Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. Academy of management review, Vol. 23, No. 2, P. 242–266.
5. Putnam R.D. Bowling alone: The collapse and revival of American community. Simon and Schuster, New York. 357 p.
6. Woolcock M., Narayan D. Social capital: implications for development theory, research, and policy. World Bank Group, Vol. 15, No. 2, P. 225–249.

Каретна Ольга Олександрівна
кандидат політичних наук, доцент
доцент кафедри соціології
Національного університету «Одеська юридична академія»

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ НА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН ЛЮДИНИ

У сучасному світі цифрові технології стали невід'ємною частиною життя. Ми використовуємо їх для роботи, спілкування, навчання і розваги. Цифрові технології полегшують доступ не лише до отримання інформації, але і в цілому полегшують нам життя, при цьому слід завжди пам'ятати, що ці технології можуть робити як позитивний так і негативний вплив на наше психічне здоров'я. Завдяки цим технологіям значно розширюється доступ до інформації і ресурсів підтримки психічного здоров'я. Сьогодні у нас існують онлайн-співтовариства і платформи, такі як «Психологічна допомога онлайн», а також групи в соціальних мережах, наприклад, Фейсбук, телеграм, вайбер, де люди можуть ділитися своїми переживаннями і отримувати підтримку від інших учасників, в смартфонах є можливість установки різних застосувань для підтримки свого фізичного здоров'я. Ці сайти і програми дозволяють людям отримати інформацію про різні психічні захворювання і методи їх лікування, але це не завжди впливає позитивно на людину, особливо якщо вона не має медичної освіти, і починає ставити собі діагнози самостійно за допомогою Інтернету.

Наприкінці XX – на початку XXI ст. суспільство зазнало значних змін за умов стрімкого розвитку інформаційно-цифрових технологій. Диджиталізація охопила сьогодні всі сфери життєдіяльності і з кожним днем цифрові технології все більше проникають у наше життя «цифрова реальність» набуває більш матеріального контуру [1].

На сьогоднішній день ми живемо в епосі постійного зв'язку, де кожне повідомлення, кожний пост у соціальних мережах претендують на нашу

увагу, створюючи безперервний потік інформації, який може легко перевантажити наш мозок і призвести до негативних наслідків. Порівняння себе з ідеалізованими образами, які ми бачимо у соціальних мережах, стає джерелом стресу та тривоги. Ми постійно оцінюємо себе, свої досягнення, свою зовнішність, порівнюючи із ретельно підібраними фотографіями та постами інших людей, що часто призводить до почуття неповноцінності та незадоволеності власним життям. Цей безперервний потік візуальної інформації, наповнений досягненнями та успіхами інших, може викликати почуття заздрості, породжувати нереалістичні очікування та посилювати психологічні проблеми. Постійна онлайн-активність може позбавляти нас важливого часу для відпочинку та саморефлексії, що веде до виснаження нервової системи та розвитку хронічної втоми. Більше того, нічне прокручування стрічки новин або соціальних мереж порушує природні біологічні ритми, впливаючи на якість сну та загальне самопочуття.

Інформаційна війна активно використовує інформаційно-психологічний вплив на людей через засоби масової інформації. Мета інформаційно-психологічного впливу це виявлення та маніпулювання на найбільш уразливі групи населення, які легше піддаються будь-яким маніпуляціям з боку агресора.

Сучасна війна переповнена псевдо повідомленнями та фейковою інформацією, мета яких – психологічно виснажити особистість, викликати агресію, сумніви та паніку. Тому важливим є вміння людей диференціювати таку інформацію [2].

Спочатку відбувається селективний відбір аудиторії визначення тих, хто найбільше сприйнятливий до пропаганди. Потім на вибрану групу виявляється цілеспрямований вплив, спрямований на формування певного психологічного стану, необхідного агресору задля досягнення своїх цілей. Це досягається шляхом поширення спеціально підібраної інформації, націленої на маніпулювання думками, емоціями та поведінкою людей.

Саме дезінформацію, маніпуляції, фейки використано в інформаційній війні проти українського народу, мета якої полягає в тому, щоб послабити наші моральні і матеріальні сили та посилити власні. Мета маніпуляції найчастіше полягає у внесенні у суспільну та індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів; дезорієнтації й дезінформації мас; послабленні певних переконань; залякуванні свого народу образом ворога; залякуванні супротивника своєю могутністю; забезпечення ринку збуту для своєї економіки [3, с. 25].

Як і традиційна війна, інформаційна теж має свої наслідки, які можуть своїми масштабами прирівнюватися до справжніх бойових дій. Наслідками інформаційної війни можуть стати:

- окупація певних територій агресором внаслідок дестабілізації ситуації в державі, або в окремих її областях;
- посилення різних заходів, спрямованих проти владних структур міжнародними організаціями;
- міжнародна ізоляція держави, в результаті чого держава, проти якої спрямована інформаційна війна, не зможе впливати будь-яким чином на міжнародній арені;
- поява недовіри суспільства до правлячої верхівки та масова еміграція у пошуках кращого майбутнього;
- розкол населення як національного та культурного середовища, що призведе до його зникнення або пристосування до традицій і мови агресора;
- дестабілізація політичних відносин між партіями, об'єднаннями й рухами з метою провокації конфліктів, розпалення недовіри, підозрілості, загострення політичної боротьби, провокування репресій проти опозиції і навіть громадянської війни;
- маніпулювання суспільною свідомістю соціальних груп населення країни з метою створення політичної напруженості;
- створення атмосфери бездуховності й аморальності, негативного відношення до культурної спадщини противника [4].

Згідно з вище сказаним, можна зробити висновки, що на сьогоднішній день цифрові технології відіграють значну роль у житті кожної сучасної людини, впливаючи як на її можливості, так і на психічне здоров'я. Але слід прагнути до балансу, використання даних технологій, знаходити час відпочинку від екранів та займатися саморозвитком поза цифровим простором. Усвідомлене використання цифрових технологій може сприяти покращенню якості життя та психічному благополуччю.

Список використаної літератури:

1. Каретна О. О. Вплив цифрових технологій на молодь. Трансформація українського суспільства в цифрову еру : матеріали Всеукраїнського круглого столу (м. Одеса, 25 берзня 2022 р.) / відп. ред. Ю. І. Шмаленко ; кафедра соціології НУ "ОЮА". – Одеса, 2022. – С. 8-11. URI <https://hdl.handle.net/11300/18423>
2. Жданова І. В., Бондаренко Л. О., Велічко А. В. Психологічні аспекти інформаційного впливу під час воєнних дій в Україні. Габітус. 2022. Вип. 41. С. 222-226.
3. Матохнюк Л. Вплив інформації на психологічний стан особистості в критичних ситуаціях. Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Педагогіка. Психологія». Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2022. № 2. 88 с.
4. Діденко М., Зелінська О. Інформаційно-психологічний вплив на людей під час війни. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2022. Том 1. № 14. С. 211–214.

Крилов Олександр Денисович
здобувач вищої освіти ОП «Соціологія»
Національного університету «Одеська юридична академія»

ПАТРІОТИЗМ ТА ВОЛОНТЕРСТВО УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ В ЦИФРОВУ ЕРУ

Патріотизм та волонтерство є важливими складовими громадянської активності, особливо в часи суспільних потрясінь, криз та воєнних загроз. Україна переживає складний період, який вимагає згуртованості та активної участі громадян у житті держави. Особливу роль у цьому процесі відіграє молодь, яка використовує сучасні цифрові технології для підтримки армії, допомоги постраждалим та поширення патріотичних ідей. Завдяки широким можливостям, які надає цифрова ера, українська молодь може бути не лише свідком подій, а й активним учасником процесів, що визначають майбутнє країни.

Патріотизм є фундаментальною рисою національної свідомості, що визначає готовність громадян відстоювати незалежність своєї країни, зберігати її культуру та підтримувати суспільні ініціативи. Українська молодь у сучасних умовах демонструє нові форми патріотизму, які проявляються не лише в традиційних проявах, таких як вшанування історичної пам'яті чи популяризація державної мови, а й у цифровому середовищі. Інтернет-простір став ареною боротьби за національну ідентичність, а соціальні мережі перетворилися на майданчики для поширення патріотичних ідей та мобілізації суспільства. Активне використання цифрових технологій дозволяє молоді не лише висловлювати свою позицію, а й об'єднувати зусилля для реалізації важливих суспільних проєктів, що сприяють зміцненню держави.

Особливо важливим аспектом патріотизму української молоді є її активна участь в інформаційній війні. Молоді люди створюють контент, що сприяє формуванню позитивного іміджу України, розвінчують

dezінформацію та підтримують громадянське суспільство. Завдяки розвитку цифрових технологій кожен може стати частиною інформаційного спротиву: публікувати матеріали, що спростовують фейки, брати участь у флешмобах, створювати освітні проєкти, що підвищують рівень знань про історію, культуру та традиції України. Молодь активно поширює матеріали про українських військових, їхні подвиги та героїзм, що формує не лише внутрішню національну єдність, а й міжнародну підтримку. Велике значення має популяризація української історії та культури через блоги, відеоролики, документальні фільми та онлайн-курси.

Крім того, патріотизм української молоді проявляється у підтримці військових та волонтерських ініціатив. Поширеним явищем стали онлайн-кампанії, спрямовані на допомогу армії: збір коштів на техніку, дрони, спорядження, амуніцію та медикаменти. Молодь також займається популяризацією українських брендів та ініціатив, що сприяють економічній стійкості держави. Цифрові платформи та краудфандингові сервіси значно полегшили збір ресурсів, зробивши цей процес максимально доступним. Достатньо лише кількох кліків, щоб зробити донат на підтримку військових чи гуманітарної допомоги, що значно прискорює мобілізацію ресурсів у критичних ситуаціях.

Цифровий патріотизм виражається й у розвитку українськомовного контенту. Молоді блогери, журналісти та активісти створюють подкасти, відео, статті та художні проєкти, які розповідають про Україну сучасним та доступним мовленням. Це не лише формує патріотичні настрої всередині країни, а й забезпечує її міжнародну культурну представленість. Створення україномовного контенту стає важливим елементом культурного спротиву, оскільки мова є не просто засобом комунікації, а й частиною національної ідентичності. Завдяки платформам YouTube, TikTok, Instagram та іншим соціальним мережам, українська молодь може ділитися своїми думками, відкривати для світу справжню історію України та протистояти пропаганді.

Патріотизм української молоді в цифрову еру стає багатограним явищем. Він поєднує в собі традиційні форми національної свідомості з новими цифровими можливостями, що дозволяють мобілізувати суспільство, поширювати інформацію та підтримувати державу в умовах війни та глобальних викликів. Одним із найяскравіших проявів такого патріотизму є активна участь молоді у волонтерських ініціативах, які значно змінилися завдяки розвитку цифрових технологій. Якщо раніше волонтерська діяльність була зосереджена на локальному рівні, то сьогодні завдяки інтернету вона набуває міжнародного масштабу. Українська молодь залучає до волонтерських ініціатив не лише громадян своєї країни, а й іноземців, які готові допомагати.

Сучасний волонтерський рух тісно пов'язаний із цифровими платформами, що робить його швидшим, ефективнішим і масштабнішим. Соціальні мережі, месенджери та краудфандингові сервіси дозволяють оперативно організовувати збори коштів, координувати гуманітарну допомогу та поширювати правдиву інформацію. Якщо раніше волонтерська діяльність потребувала значних ресурсів і часу, то сьогодні вона реалізується за лічені години завдяки цифровим можливостям, а молодь відіграє в цьому процесі ключову роль. Молодіжні волонтерські ініціативи швидко адаптуються до нових викликів, реагуючи на потреби військових, внутрішньо переміщених осіб та постраждалих унаслідок бойових дій.

Поширення цифрового волонтерства також відбувається через використання мобільних додатків та онлайн-платформ. Деякі з них спрямовані на допомогу військовим (наприклад, збори на дрони, медикаменти, амуніцію), інші – на підтримку цивільного населення (пошук житла, логістична допомога, психологічна підтримка). Такі цифрові ініціативи дозволяють кожному стати частиною волонтерського руху, незалежно від місця перебування. Українська молодь використовує свої знання у сфері ІТ, маркетингу та комунікацій для розробки нових

волонтерських платформ, які оптимізують процес збору та розподілу допомоги.

Українська молодь не лише активно залучається до волонтерства, а й формує нові підходи до допомоги завдяки цифровим технологіям. Вони трансформують традиційне уявлення про патріотизм, показуючи, що допомагати країні можна не лише на передовій, а й у віртуальному просторі. Така активність має значний вплив як на внутрішню єдність суспільства, так і на міжнародний імідж України. Молодь стає рушійною силою змін, використовуючи всі доступні цифрові засоби для допомоги державі та підтримки її національних інтересів.

Таким чином, патріотизм та волонтерство української молоді в цифрову еру набувають нових форм та значення. Сучасні технології дозволяють мобілізувати ресурси, швидко поширювати інформацію, залучати міжнародну спільноту та ефективно реагувати на виклики часу. Українська молодь демонструє високий рівень відповідальності, солідарності та готовності допомагати країні, використовуючи для цього всі можливості, які надає цифровий світ.

Список використаної літератури:

1. Головка О. В. Волонтерство в Україні: Історико-правовий аспект. Право і безпека - 2023. №2 (89). С. 9-18.
2. Закалик Г. М., Коропатов О. М., Шувар Н. М. Волонтерська діяльність в Україні: історія, сьогодення та євроінтеграція. Правова система: теорія і практика. Південноукраїнський правничий часопис. №4, Ч. 1. 2022. С. 104-110.
3. Іщенко М. П. Патріот України у системі цінностей філософії гуманізму і демократії: навч. посібник / За ред. д-ра філос. наук, проф. М. П. Іщенка — Черкаси: Видавець ФОП Гордієнко Є. І., 2021. — 188 с.
4. Кириченко В. І. Патріотизм як ціннісно-смісловне підґрунтя просоціальної поведінки підлітків. Експерименти і дослідження: висновки, рекомендації. Педагогіка, психологія - №4. 2017. С. 42-48.
5. Лучанінова О. П. Патріотизм в умовах воєнного стану: духовне становлення студентства. Духовність особистості: методологія, теорія і практика. №2(104). 2022. С. 64-74.

Остапенко Олександр Борисович

аспірант Криворізького державного педагогічного університету

СОЦІАЛЬНА РОЛЬ ЗАСТОСУВАННЯ ШІ В УПРАВЛІННІ ПРИРОДООХОРОННОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УМОВАХ ВІЙНИ

Постановка проблеми. Внаслідок військової агресії Російської Федерації проти України всі сфери діяльності зазнають значних втрат, відновлення яких потребує значних ресурсів і тривалого часу. Катастрофічних збитків зазнає навколишнє середовище, зокрема його ключові компоненти: атмосферне повітря, ґрунти, ландшафти, поверхневі та підземні води, рослинний і тваринний світ, а також корисні копалини. Екологічні виклики загострюються через руйнування екосистем, забруднення довкілля, що потребує швидкого реагування на кризові ситуації. У цьому контексті сучасні технології, зокрема штучний інтелект (ШІ), та його застосування в управлінні природоохоронною діяльністю набувають вагомості та актуальності.

Українські екологи та управлінці активно долучилися до дослідження сфери застосування ШІ в управлінських процесах. Так, М.Шилан, В. Гривнак і Р.Курочка, досліджують питання щодо застосування штучного інтелекту у моделюванні соціально-економічних процесів [1]. Г. Авдєєва аналізує вплив ШІ на фундаментальні права людини, що є важливим при впровадженні інтелектуальних технологій у процеси природоохоронної діяльності [2]. Н.Баландіна, В.Бойко та М.Василенко розглядають використання штучного інтелекту в системі розумного міста [3]. А. Мацерук обґрунтувала можливості використання штучного інтелекту для забезпечення сталого розвитку громад [4], що особливо важливо для післявоєнного містовідновлення.

Між тим залишається недостатньо дослідженою проблема соціальних аспектів використання ШІ в управлінні. Тому *метою наукової роботи* – є

з'ясування соціальної ролі штучного інтелекту в управлінні природоохоронною діяльністю в умовах війни, зокрема визначення його впливу на соціальні структури та суспільну довіру до екологічно-інтелектуальних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток інформаційних технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ), останніми роками суттєво впливає і трансформує соціальні структури, змінюючи підходи до управління людськими ресурсами. Сучасні зарубіжні соціологи, розуміючи неминучість запровадження ШІ до людської діяльності, розглядають його можливі шанси і ризики. Одним з перших вчених, хто указав на важливу роль інформаційних технологій у трансформації суспільних процесів, був іспанський соціолог М.Кастельс, який спеціалізується у сфері дослідження інформаційного суспільства. Американський соціолог Дж.Александр розглядав технології, як інтегративний елемент соціальної системи, що сприяє її стабільності та адаптації до змін [5]. Це слушна думка, оскільки інформаційні технології, як показує український досвід їх запровадження, наприклад, застосунку «Дія», сприяє оптимізації управління різноманітними процесами, зокрема і екологічними, забезпечуючи ефективну взаємодію між державою, бізнесом і громадянським суспільством. Натомість Е. Файнберг, **прибічник критичної теорії технологій**, розглядає технології як продукт соціальних відносин, що може як сприяти суспільному добробуту, так і посилювати нерівність [6]. Нерівність виявляється у формуванні різноманітних соціальних груп, які володіють різним рівнем доступу і володіння інформаційними технологіями.

Ш. Джасанофф, головна дослідниця Проєкту «Управління соціально-технічними перетвореннями (GoSt), яка у 2022 р. отримала премію Холберга за новаторські дослідження у галузі науки і техніки (STS), запропонувала укладання технологічного суспільного договору для того, щоб узгодити технології із суспільними очікуваннями [7]. Засновники теорії соціальної конструкції технологій (SCOT) Т. Пінч і В. Бейкер підкреслюють, що ШІ формується соціальними групами залежно від їхніх інтересів і потреб [8], а

відтак може використовуватися у різних сферах людської діяльності, зважаючи на його інтелектуальні та технологічні можливості.

Українські дослідники останніми роками теж активно долучилися до дослідження особливостей запровадження технологій ІІІ в управлінські процеси. Так, Л. Вербівська, систематизувала основні аспекти ІІІ та представила характеристики основних його елементів, підкресливши, що їх застосування в управлінні конкурентоспроможністю підприємства може покращити процеси прийняття рішень, допомогти збільшити продуктивність та зменшити витрати, що, в свою чергу, веде до підвищення конкурентоспроможності підприємства [9]. М.Дудченко і Ж.Попович наголошують на тому, що ІІІ інтелект відіграє ключову роль у підборі персоналу, надаючи велику кількість інструментів та методів для оптимізації процесів управління персоналом. ІІІ може значно полегшити та оптимізувати різні етапи підбору персоналу, забезпечуючи більш ефективний та об'єктивний підхід до відбору кандидатів [10]. Д.Дриньов, З. Загородніх і О. Зінченко зазначають, що ІІІ представляє собою потужний інструмент для впровадження в системи управління бізнес-процесами, оскільки автоматизує процеси, підвищує ефективність, зменшує витрати та покращує якість прийняття рішень і, хоча його використання вимагає обережного планування та аналізу, однак може стати ключовим чинником успіху в управлінні бізнес-процесами [11].

Висновки. Отже, ґрунтуючись на аналітичному опрацюванні наукових джерел щодо запровадження інструментів ІІІ в управлінні, можемо зробити наступні висновки щодо його соціальної ролі в управлінні природоохоронною діяльністю. (1) Для аналізу соціальної ролі ІІІ в управлінні природоохоронною діяльністю в умовах війни раціонально застосовувати методологічні підходи, які враховують як теоретичні засади, так і специфіку військової агресії, зокрема системний, структурно-функціональний, критичний, комунікативний, завдяки яким ІІІ розглядається як інтегративний компонент, що впливає на всі рівні

ухвалення рішень — від державного (політика відновлення) до місцевого (реагування громад на екологічні загрози) і виступаючи як зв'язуюча ланка в умовах воєнного хаосу. (2) Впровадження ШІ у сферу охорони довкілля є частиною ширшого процесу цифровізації, що змінює методи збору, аналізу та використання екологічних даних. (3) Успішне застосування ШІ у природоохоронній діяльності в Україні вимагає інклюзивності, наприклад, залучення громад до інтерпретації даних про екологічні збитки. (4) Впровадження систем штучного інтелекту у природоохоронну діяльність в умовах війни в Україні створює нові можливості для екологічного управління, але водночас викликає низку соціальних викликів і ризиків, які потребують подальшого дослідження. (5) Застосування систем ШІ у природоохоронній діяльності в умовах війни в Україні має значний потенціал, але супроводжується складними соціальними ефектами, зокрема змінює ролі в природоохоронному управлінні, перерозподіляючи функції між людьми та технологіями, що сприяє адаптації до умов війни, але вимагає нових компетенцій. Зрозуміло, що ШІ є не лише технічним інструментом, а й фактором соціальних змін, які потребують суспільного осмислення та подальшого дослідження в кризовому контексті.

Список використаної літератури:

1. Шилан, М., Гривнак, В., & Курочка, Р. (2024). Застосування штучного інтелекту у моделюванні соціально-економічних процесів. *Mechanism of an Economic Regulation*, 2 (104), 29-32. <https://doi.org/10.32782/mer.2024.104.03>.
2. Авдєєва, Г. (2024). Розвиток технологій штучного інтелекту і дотримання прав людини: проблеми забезпечення балансу. *Наукові дослідження*. 47, 50-58. DOI: 10.31359/2079-6242-2024-47-50. <http://pbz.nlu.edu.ua/article/view/310735/301950>.
3. Баландіна, Н., Бойко, В. & Василенко М. Штучний інтелект в системі розумного міста (2020, 17 грудня). Збірник тез доповідей «Наукові підсумки 2020 року», 12-15. Retrieved from: https://el-conf.com.ua/wp-content/uploads/2020/12/%D0%92%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F_1_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf.
4. Мацерук, А. (2024). Застосування штучного інтелекту в контексті сталого розвитку громад. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2, 114-120.
5. Alexander, J. C. (2017). *The Drama of Social Life*. Polity Press. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/329347327_The_Drama_of_Social_Life.
6. Feenberg, A. (1991). *Critical Theory of Technology*. Oxford University Press. Retrieved from : https://www.sfu.ca/~andrewf/books/Critical_Theory_Technology.pdf

7. Jasanoff, S. (2016). *The Ethics of Invention: Technology and the Human Future*. Retrieved from: <https://www.norton.com/books/The-Ethics-of-Invention/>.
8. Pinch, T. & Bijker, W. (2016). *The Social Construction of Technological Systems*. MIT Press. Retrieved from: https://monoskop.org/images/1/1f/Bijker_Hughes_Pinch_ed_The_Social_Construction_of_Technological_Systems_New_Directions_in_the_Sociology_and_History_of_Technology_no_OC_R.pdf
9. Вербівська, Л. В. (2023). Застосування інструментів штучного інтелекту при управлінні конкурентоспроможністю підприємства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, (10). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-10-04-06>
10. Дудченко, М., Попович, Ж. Використання штучного інтелекту в управлінні персоналом. КІП ім. Ігоря Сікорського, Україна Retrieved from: <https://mperproc.fmm.kpi.ua/article/view/298325/291091>
11. Дриньов, Д., Загородніх, В., & Зінченко, О. (2023). Застосування штучного інтелекту у системі управління підприємством. *Економічний простір*, (188), 79-82. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/188-13>.

Вадим Вадимович Дмитрієв

аспірант кафедри політичних теорій

факультет психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

ПОЛІТИЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ДИСКУРСІ «НОВИХ МЕДІА»

В умовах цифровізації суспільних відносин та переходу від моделі «традиційних» медіа до мережевої комунікації на основі інтернет та технологій мобільного зв'язку зростає роль «нових масмедіа». Адже вони мають суттєві переваги у взаємодії із аудиторією порівняно із традиційними медіа «галактики МакЛюена», а відповідно і більш потужні важелі впливу на громадську думку. Передусім, йдеться про вільний доступ, інтерактивність та відсутність політичної (державної) цензури. Як зазначає З. Григорова «...нові медіа як різноманітну за формою інтерактивну медіапродукцію (послуги), що поширюється через мережу Інтернет, наділену комунікаційними властивостями, яка одночасно є мас-медіа і засобом соціальної комунікації. До основних ознак, що відрізняють нові медіа від традиційних, можна віднести: інтерактивність; персоналізацію інформації; гнучкість форми, змісту й використання; потоковість споживання контенту й необмеженість у його обсязі, просторі, формі комунікації; можливості редагування й вилучення інформації після її розміщення; оперативність надання й оновлення інформації; практично відсутність цензури й модерації» [1, с. 94].

З розвитком «нових медіа» та становленням «Інтернет-галактики» (М. Кастельс) пов'язуються суспільні сподівання щодо раціоналізації політичних комунікацій та публічної політики. Відзначимо: «Раціоналізація публічної політики як комунікативного простору реалізації публічної влади є важливим завданням у сучасному українському контексті. «Менеджмент війни»... як стан публічної влади та публічної політики в Україні потребує раціональних політичних рішень, що ґрунтуються на пошуку «кращого»

аргументу та кристалізації політичних позиції у процесі політичних дебатів» [2, с. 87].

Повною мірою визначальна роль «нових медіа» проявляється у процесі формування політичної ідентичності в Україні. У «нових медіа» інформація щодо політичної ідентичності презентовано у контексті європейського вибору, національної ідентичності, війни, регіонального виміру формування ідентичностей тощо. «Нові медіа» звертаються до експертів і науковців, публікують результати соціологічних досліджень та власні журналістські матеріали на тему формування політичної ідентичності.

До цієї важливої та «чутливої» теми, яка неодноразово ставала предметом наукових дискусій та політичних конфліктів, звертаються як Інтернет-видання («Українська правда», «Лівий берег», «Радіо Свобода», ін.) та потокові мультимедіа, так і соціальні медіа і спеціалізовані сайти дослідницьких («Центр Разумкова»), наукових (Інститут політичних та етнонаціональних досліджень імені І. Кураса НАН України) та громадських організацій. Зокрема, ГО «Культурний проект» створили сайт «Identity» (<https://www.identity.org.ua/>) на якому представлено результати проекту «У пошуках ідентичності». Як зазначають автори, це – «...відповідь на величезний запит від української аудиторії, яку маємо нині: розібратися, ким є українці, що у нас спільного і що нас розділяє, куди ми рухаємося і яким має та може бути наше майбутнє. Питання національної ідентичності та історичної пам'яті лунає голосніше в українському суспільстві принаймні з 2014 року. Ми хочемо зробити цю тему гучнішою» [3]. На сайті представлено думки експертів з питань формування ідентичностей в Україні (у вигляді текстів та відео); також відео про ідентичність розміщено на платформі MEGOGO: «Короткі відео про національну ідентичність, історичну і культурну пам'ять та деколонізацію тепер доступні на платформі MEGOGO у вигляді освітнього серіалу» [4].

У процесі формування політичної ідентичності та інформування суспільства щодо неї матеріали у «нових медіа» представлено у декількох форматах. По-перше, експертні інтерв'ю. Наприклад, на сайті видання «Лівий берег» опубліковано експертну думку В. Дзьобака. Він зазначає: «Ми почали відчувати потребу формування, розвитку та збереження української національної ідентичності, як вирішальної складової національної стійкості у нашому швидкоплинному світі, де культури і традиції постійно розвиваються, а також де, на величезне здивування і на превеликий жаль, можливі війни на знищення однієї нації іншою... Україна дуже довго складалася ніби з окремих харчових інгредієнтів до борщу, які існували самі по собі. Але війна сприяла тому, що вода закипіла і інгредієнти почали взаємодіяти і перетворюватися в одне ціле» [5]. На думку експерта, в українському суспільстві презентовані наступні типи ідентичностей: «...пострадянська ідентичність представлена тими, кому сьогодні за 50 (хоча і не обов'язково). Ці люди продовжують перебувати в полоні ілюзії «як нам було добре в СРСР». Антиукраїнська (більшою мірою – проросійська (в одиничних випадках проугорська тощо) ідентичність, представлена людьми, які відмовляють Україні в праві на існування, вважають її штучним утворенням, яке повинно розпастися на користь держав-сусідів. Українська етнічна або інтегрально-націоналістична ідентичність, звернена у минуле. Відносно нова проєвропейська ідентичність, у якій домінують економічні чинники. Представлена у нас і аідентичність. Відсутність ідентичності. Люди світу, які вважають себе вільними від ідентичності. Ну і остання, українська національна (громадянська) ідентичність, для представників якої етнічна приналежність не є перепорою для ідентифікації себе українцями» [5].

Важливою для формування політичної ідентичності в Україні є інформація щодо ставлення суспільства до цієї теми. Тому одним із елементів інформаційного порядку денного у «нових медіа» є результати соціологічних опитувань щодо ідентичності громадян України.

Зокрема, регулярно соціологічні дані щодо ідентичностей презентуються на сайті Українського центру економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова (<https://razumkov.org.ua/>). Наприклад, у серпні 2013 року були опубліковані результати дослідження «Ідентичність громадян України: тенденції змін (травень 2023р.)». Відповідно до результатів дослідження «...з Україною респонденти найчастіше асоціюють поняття «демократія» «свобода», «гуманність», «добробут», «справедливість», «повага до прав особистості», «стабільність». При цьому асоціювання України з цими поняттями виражене значно більшою мірою, ніж у 2017р. Так, частка тих, у кого поняття «повага до прав особистості» асоціюється насамперед з Україною, зросла порівняно з 2017р. з 21% до 60,5%, «добробут» — з 18% до 62%, «справедливість» — з 24,5% до 61%, «гуманність» — з 36% до 74%, «свобода» — з 40% до 81%, «демократія» — з 41,5% до 76%, «стабільність» — з 12% до 49%.... Даючи відповідь на питання, до якої культурної традиції вони себе відносять, у травні 2023р. респонденти найчастіше відповідали, що відносять себе до української культурної традиції (81%)... З 7% до 10% зросла також частка тих, хто відносить себе до загальноєвропейської культурної традиції, і знизилася — тих, хто відносить себе до російської (з 11% до 0,5%) та радянської (з 16% до 4%) культурних традицій» [6].

У матеріалі «Радіо Свобода» представлено як результати соціологічних досліджень та авторська позиція так і думки експертів. Зокрема, зазначається: «Майже 40% українців у 2020 році ще шукали свою ідентичність, свідчить опитування Інституту соціології НАН України 2020 році. Більшість ідентифікували себе, в першу чергу, як громадян України (61,7%), але чимало — як жителів якогось села, міста, області (27,4%), а ще невелика частина бачила себе громадянами колишнього СРСР (3,4%)... Національна ідентичність — це відчуття належності людини до певної нації. Слово пішло від пізньолатинського *identitas* («однаковість») або ж від *idem* («однаковий»). В українських законодавчих актах «ідентичність» зазвичай

перекладають як «самобутність»... «Патріотизм в українському розумінні – любов до своєї Батьківщини, країни, у російському – служіння державі. Українець не служить владі, державним інститутам, а розвиває власну країну та націю. Сьогодні наші хлопці воюють не за партію, не за президента, а за наш простір, нашу державність, нашу спільноту», – впевнений Віктор Котигоренко» [7].

Отже, процес формування політичної ідентичності представлений у дискурсі «нових медіа» у форматі експертних оцінок, соціологічних досліджень, журналістських візій та узагальнень. Широко використовуються з цією метою як сайти інтернет-видань та потокові мультимедіа, так і соціальні медіа і сайти громадських організацій та наукових установ.

Список використаної літератури:

1. Григорова, З. В. (2017). Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. Технологія і техніка друкарства, 3(57), 93-100. [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(57\).2017.115905](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(57).2017.115905)
2. Яковлев, Д.В. (2022). Публічні звернення інтелектуалів як технологія раціоналізації політичної комунікації. Актуальні проблеми філософії та соціології. 38, 87-93. DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v038.2022.16>
3. У пошуках ідентичності. URL: <https://www.identity.org.ua/about/>
4. Наші відео про ідентичність тепер на MEGOGO у вигляді освітнього серіалу (2024, квітень). У пошуках ідентичності. URL: <https://www.identity.org.ua/nashi-video-pro-identychnist-teper-na-megogo-u-vyhliadi-osvitnoho-serialu/>
5. Дзюбка, В. (2023, серпень). Національна ідентичність як складова національної стійкості. LB.ua. URL: https://lb.ua/blog/volodymyr_dziobak/568987_natsionalna_identichnist_yak.html
6. Ідентичність громадян України: тенденції змін (травень 2023р.) (2023, серпень). Разумков центр. URL:

<https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/identychnist-gromadian-ukrainy-tendentsii-zmin-traven-2023r>

7. Гмиря, А. (2022, липень) Ідентичність: як зрозуміти, що я – українець? Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayinska-natsia/31951984.html>

Орехова Валерія

здобувачка вищої освіти ОП «Соціологія»

Національного університету «Одеська юридична академія»

ОЛЬФАКТОРНИЙ ПРОФІЛЬ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: НАРИСИ СОЦІОЛОГІЇ АРОМАТІВ

У сучасному світі мода є джерелом виникнення нових стилів, форм та зовнішніх образів. Молодь у пошуках самоідентичності активно експериментує, «приміряє» різні стилі, створює різноманітні образи, її характеризує яскраво виражена динамічність та емоційність у споживанні модних тенденцій. Ідеться не лише про одяг, а й аромати, що стали невід’ємною складовою затребуваного образу молодшої особи.

Більшість представників молоді отримує інформацію про модні тренди із засобів масової інформації, соціальних мереж, блогів, рекламних повідомлень. Проте є й ті з них, хто орієнтуються на власні смаки й відчуття при виборі атрибутів стильного образу, при цьому вони висловлюють прагнення бути не як інші, виділятися у середовищі однолітків. Не менш важливим чинником і є найближче соціальне оточення, що є альтернативним джерелом про модні віяння [3]. Ідеться про родичів, друзів, колег, знайомих, які є ретрансляторами інформації про моду. Сьогодні аналогічну позицію виконують блогери, які попри відсутність контактів у реальному житті, є частиною віртуальної комунікації, ведучи за собою як лідери думок в індустрії моди.

Ольфакторний досвід формування стильного образу, зокрема такої його складової як аромат, пов’язаний з сенсорним досвідом і набором нюхових практик, емоційним переживанням запахів, засвоєних у соціокультурному середовищі. Такий досвід налічує багато ароматів – від простих, первинних до складних, контекстуальних [1].

У гендерному розрізі ці первинні аромати чітко різняться: для дівчинки вони детерміновані виконанням фемінної ролі – берегині домашнього затишку (аромат маминого пирога, квітучої троянди з бабусинового саду), натомість для хлопця, радше визначаються маскулінною складовою (запах механічного мастила, брудного футбольного м'яча). Таким чином формуються два протилежних наративи, що покладено в основу сприйняття ароматів.

З іншого боку, не менш значимим є ольфакторний чинник середовища – місця постійного проживання, професійної діяльності. Адже у більш дорослому віці ми звикаємо до запахів, що нас оточують поза межами власного дому. Поділ запахів за класовою структурою свідчить про логіку соціального дистанціювання, про смаки і стиль життя конкретного представника того чи іншого соціального класу, що безумовно теж відкладає свій відбиток на вибір аромату для молодої особи.

Усі процеси формування ольфакторних пріоритетів сягають ранніх етапів соціалізації особистості, пізніше активно запозичуються споживчі патерни, що декларуються модою, через усталені поведінкові зразки споживання [2]. Сучасна парфумерна промисловість сьогодні є однією з найприбутковіших галузей виробництва. Однак і конкуренція між парфумерними фірмами сьогодні досить жорстка. Парфуми, одеколони та туалетна вода – це творчість пам'яті, уяви та нюху.

Обираючи свій аромат, важливо враховувати вік, настрій, колір волосся, колір шкіри, спосіб життя, одяг, обставини час доби й року, погоду та багато інших чинників. Адже правильно дібраний парфум – це свого роду запах-код (ольфакто-код), який є ключем для омріяного успіху і щастя. Правильно підібраний аромат активізує поведінку людини, він є інформативнішим за звуки та колір, засвідчує соціально-нормативну включеність, вікові особливості, стан здоров'я. Отже, психологічні аспекти впливу запаху на поведінку молодої особи й функціонування його ольфакторної складової взаємопов'язані й визначають якісну сторону життєдіяльності.

Список використаної літератури

1. Анненкова Н. Б., Попова Я. А., Бідаш В. І. Парфумерно-косметичні товари : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 244 с.
2. Біла Є. Модальність ароматонімів. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Мовознавство*. 2017. Вип. 1 (27). С. 36-41. URL : <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/8340/1/Bila.pdf> (дата звернення: 17.01.2025).
3. Кисла С. А., Чабанець Т. М. Товарознавча експертиза та дослідження парфумерних товарів та парфумів. Нішеві парфуми. *Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління*. 2023. № 1 (25). С. 16-19 URL : [https://doi.org/10.32689/2617-9660-2023-1\(25\)-15-19](https://doi.org/10.32689/2617-9660-2023-1(25)-15-19) (дата звернення: 17.01.2025).

НОТАТКИ

МАТЕРІАЛИ IV ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В ЦИФРОВУ ЕРУ»

© Національний університет «Одеська юридична академія», 2025
© Криворізьський державний педагогічний університет, 2025