



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,  
СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ**

**КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ**

**ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ  
У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ  
СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ:  
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ  
ВЧЕНИХ**

**Збірник матеріалів  
VI Всеукраїнської науково-практичної  
конференції студентів, аспірантів та  
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

**26 лютого 2025 року  
м. Київ**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,  
СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ  
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ  
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ  
У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ  
СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ:  
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

*Збірник матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної  
конференції студентів, аспірантів та молодих вчених*

*26 лютого 2025 р.*

*м. Київ*

**УДК 316.1**

**T65** Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених [Електронний ресурс]: зб. матеріалів VI Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (Київ, 26 лютого 2025 р.) – Київ : КНЕУ, 2025 – 200 с.

**ISBN 978-617-8310-40-0**

У матеріалах VI Всеукраїнської науково-практичної конференції представлений науковий доробок студентів, аспірантів та молодих вчених щодо пріоритетних напрямів розвитку соціогуманітарного дискурсу у предметному полі спеціальних та галузевих соціологій (управління, освіта, молодь, культура, економіка, соціальні та медіакомунікації, традиції корпоративної соціальної відповідальності в Україні, соціологічний вимір підприємницької діяльності, соціальні виміри повсякденності тощо).

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками. Усі матеріали подаються в авторській редакції.

Розповсюджувати та тиражувати  
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено

**ISBN 978-617-8310-40-0**

© КНЕУ, 2025

## ЗМІСТ

### ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: соціальні та медіа-комунікації як чинник впливу на сприйняття соціальної реальності

<b>БАЮРКО Наталія</b>	
КРИТЕРІЇ КОНТЕНТУ В КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРАЛЬНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ .....	9
<b>ГОНЧАРОВА Станіслава</b>	
МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ .....	12
<b>ДОВГАНЮК Вероніка</b>	
ПРОТИСТОЯННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ МАНІПУЛЯЦІЯМ У СФЕРІ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ .....	15
<b>ДРЕМЛЮК Анна</b>	
СУЧАСНІ ПРИЙОМИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ .....	18
<b>ДРУЖЧЕНКО Марія</b>	
МАНІПУЛЯЦІЯ ЧЕРЕЗ КОГНІТИВНИЙ ДИСОНАНС: ЯК МЕДІА ВПЛИВАЮТЬ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ .....	20
<b>КОЗАЧОК Тетяна</b>	
ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ДИПЛОМАТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ.....	23
<b>ЛИТВИН Аня</b>	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ЕМПАТІЯ: ЧИ МОЖЕ МАШИНА РОЗУМІТИ ЛЮДСЬКІ ПОЧУТТЯ?.....	26
<b>ЛИТВИН Владислава</b>	
СОЦІАЛЬНІ МЕДІА: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	28
<b>МАЛЬЦЕВА Валерія</b>	
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОЛЕКТИВНОЇ ПАМ'ЯТІ.....	30
<b>МИШАНИЧ Іван</b>	
TELEGRAM ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ: АНАЛІЗ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ СТРАТЕГІЙ .....	33
<b>МУХА Дмитро</b>	
РОЛЬ СИМВОЛІВ І МОВИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНОГО «Я».....	37
<b>НАЗІМОВА Олександра</b>	
ВІРТУАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК НОВИЙ ТРЕНД СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ	39
<b>НЕСЕНЮК Аліна</b>	
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ПРОСТІР ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ .....	43

<b>ОГУРНА Марія</b>	
СОЦІАЛЬНИЙ ДІАЛОГ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПАРТНЕРСТВА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРІ.....	45
<b>ОКАРА Софія</b>	
ЗМІНИ ПОЛІТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	46
<b>ОСТРОУШКО Іван</b>	
ТРАНСФОРМАЦІЯ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ ПІД ВПЛИВОМ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ: МАНІПУЛЯЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ФОТОГРАФІЇ .....	49
<b>ПЕЧИНСЬКИЙ Роман</b>	
СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДУ В МЕДІАПРОСТОРІ .....	53
<b>ПОБЕРЕЖНА Катерина</b>	
МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ .....	55
<b>REVENKO Iryna</b>	
THE INFLUENCE OF GAME THEORY ON THE PERCEPTION OF INTERPERSONAL COMMUNICATION .....	58
<b>САЛТИЦЬКА Олександра</b>	
СУЧАСНИЙ СТАН СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ .....	60
<b>СЕМІРНЕНКО Каталіна, ДУРНЄВ Олександр</b>	
ПІДОЗРЮВАНИЙ У ВБИВСТВІ ІНТЕРНЕТ-МЕМУ: СИМВОЛІЧНА БОРОТЬБА В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРІ .....	62
<b>ХАЙРУЛІН Дмитрій</b>	
ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ЯК ЧИННИК ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ВИБОРУ .....	65

## ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

**Тематичні напрямки: соціальна відповідальність та сталий розвиток: практики, моделі, перспективи; соціологія повсякденності: соціальний, економічний та культурні аспекти; традиції та новації у ціннісних орієнтаціях сучасної молоді**

<b>ІЛЬЄНКО Алла, БЛАЖЧУК Максим</b>	
ВПЛИВ ВНУТРІШНЬО-КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ НА ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ .....	69
<b>БОЙМИСТРУК Софія</b>	
СОЦІОКРАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ .....	72
<b>ГЕТМАН Юлія</b>	
ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНА ОНЛАЙН-АКТИВНІСТЬ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	75
<b>ГЛУЩЕНКО Василь</b>	
ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖА ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ .....	78

<b>ГОРБОВА Юлія</b>	
СОЦІАЛЬНІ ТРАВМИ В УМОВАХ ОКУПАЦІЇ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ МЕШКАНЦІВ ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ .....	81
<b>ДАМ'ЯН Маргарита</b>	
МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ .....	83
<b>ДЕНИСЮК Едуард</b>	
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ РЕЛІГІЙНИХ ГРОМАД (НА ПРИКЛАДІ ПРОТЕСТАНТСЬКОГО ЗГРОМАДЖЕННЯ МІСТА УЖГОРОДА).....	86
<b>ДЖОГА Олеся</b>	
ФОРМУВАННЯ І ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ "Я" ЧЕРЕЗ КОМУНІКАЦІЮ В УМОВАХ ЕМЕРДЖЕНТНИХ ВИКЛИКІВ.....	90
<b>ЄРЕМЕНКО Андрій</b>	
ВПЛИВ РОЗВИТКУ ВОЛОНТЕРСЬКОГО РУХУ НА ДОВІРУ ТА НЕДОВІРУ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	93
<b>ІВАНКОВ Єгор</b>	
ОСОБЛИВОСТІ ПОВСЯКДЕННОГО ЖИТТЯ В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ УМОВАХ ....	96
<b>ЛАВРЕНЮК Владислав</b>	
ВПЛИВ ESG-ПРАКТИК НА КОРПОРАТИВНУ РЕПУТАЦІЮ ТА СУСПІЛЬНУ ДОВІРУ ДО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ .....	99
<b>ЛЕЩЕНКО Павло</b>	
АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ СУКУПНОЮ ВАРТІСТЮ ПРОЖИВАННЯ ТА РІВНЕМ КРИМІНОГЕННОЇ СИТУАЦІЇ У МІСТАХ: ПОРІВНЯЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ .....	102
<b>ЛЯШЕНКО Ольга</b>	
ВПЛИВ САМОАКТУАЛІЗАЦІЇ НА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СМИСЛОЖИТТЄВИХ ОРІЄНТАЦІЙ КУРСАНТІВ .....	103
<b>ЛІСКОВИЧ Назарій, ПАВЛЮЧИК Ірина</b>	
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА .....	106
<b>ПОЗНІЙ Олександр</b>	
РОЛЬ РЕЛІГІЙНИХ СПІЛЬНОТ У ФОРМУВАННІ КОЛЕКТИВНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ СЕКУЛЯРИЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ .....	110
<b>САНЖАРЕВСЬКИЙ Денис</b>	
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТРАНСПОРТНИХ КОМПАНІЙ ТА ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ВОДНІЙ ЛОГІСТИЦІ .....	113
<b>ЧАЙКА Віктор</b>	
ПОВЕДІНКОВІ ПРАКТИКИ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ПОВІТРЯНОЇ ТРИВОГИ: АДАПТАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ У КРИЗОВИХ УМОВАХ .....	116
<b>ЩЕРБИНА Ольга, ЖОЛОНКО Тетяна</b>	
МІСЦЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК МЕДІА В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ .....	119
<b>YANG Qi</b>	
FACTORS OF UKRAINIAN UNITY: RELIGION, NATIONAL IDENTITY, AND THE SOCIAL CHALLENGES OF WAR .....	121

### ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

Тематичні напрямки: виклики сьогодення у соціальній сфері; соціологічний вимір економічної діяльності; соціальна антропологія: стан і перспективи

<b>АЛЕКСІН Гліб</b> РЕЛОКОВАНИЙ БІЗНЕС: ПОГЛЯД ГРОМАД .....	124
<b>БАЛА Єлизавета</b> СОЦІАЛЬНА ПІДТРИМКА ЧЛЕНІВ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ СІМЕЙ В УКРАЇНІ .....	126
<b>БЕРЕЖЕННА Олена</b> ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОГЛЯД НА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЮ НАУКИ .....	129
<b>БЕРЕЗОВСЬКИЙ Данило, ТОКАРЄВА Катерина</b> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНИХ ПОСЛУГ В ПРОЦЕСІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ .....	131
<b>БОНДАРЄВА Дарина</b> ДОСЯГНЕННЯ БАЛАНСУ «РОБОТА-ЖИТТЯ» В УПРАВЛІННІ СТВ (НА ПРИКЛАДІ АТ «РАЙФФАЙЗЕН БАНК»).....	135
<b>ВІТОВ Андрій</b> МІГРАЦІЯ ЯК ІНДИКАТОР ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН: ПОГЛЯД ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОНЦЕПЦІЙ БРОДЕЛЯ ТА МЕДДОУЗА .....	139
<b>ВОРОТНІКОВА Марина</b> ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ: МЕХАНІЗМИ, ВИКЛИКИ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ.	141
<b>ГОРБОВ Владислав</b> СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЛІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ .....	144
<b>ДЕМЕНТЬЄВ Дмитро</b> АДАПТИВНІ ЧИННИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ В УМОВАХ ПЕРЕМІЩЕННЯ БІЗНЕСУ .....	146
<b>ДЕРЕВ'ЯНКО Олександра</b> НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ МАЛОЗАБЕЗПЕЧЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ .....	149
<b>ДИБА Михайло</b> ПОТЕНЦІАЛ ЗАЛУЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	153
<b>ЮРГА Софія, ДАНИЛЕНКО Олена</b> МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ВИКЛИКИ ТА РІШЕННЯ .....	155

<b>ІЛЬСЕНКО Алла, КОНДРАТЕНКО Юлія</b>	
СОЦІАЛЬНІ СТАНДАРТИ ТА ГАРАНТІЇ ДЛЯ ЗАЙНЯТОГО НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ .....	158
<b>КУПРІЄНКО Анастасія</b>	
«РОЖЕВИЙ ПОДАТОК» В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ .....	161
<b>КУЦЕНКО Роман</b>	
ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ РЕЛОКОВАНОГО БІЗНЕСУ В ПРИЙМАЮЧИХ РЕГІОНАХ .....	164
<b>ЛИСЕНКО Діана</b>	
МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ У РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ .....	166
<b>МИХАЙЛИК Ольга</b>	
РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ ЦНАПУ В СИСТЕМІ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ ...	168
<b>ОВСЯННИКОВ Денис</b>	
СОЦІАЛЬНА АНТРОПОЛОГІЯ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ПИТАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РАСОВОЇ ТА ЕТНІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ .....	171
<b>ПОПОВ Андрій</b>	
СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ ТОВАРІВ НЕЕЛАСТИЧНОГО ПОПИТУ .....	174
<b>РИВАК Лілія</b>	
СОЦІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЗАЗНАЧЕНИХ КАТЕГОРІЙ .....	177
<b>САГАЙДАК Карина</b>	
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ ЗА УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ .....	180
<b>САХНО Вадим</b>	
ПРЕКАРНІСТЬ ЯК СОЦІОЛОГІЧНИЙ КОНЦЕПТ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА ЕВРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ .....	183
<b>СЕРДЮК Яна</b>	
ІНКЛЮЗІЯ ЯК СКЛАДОВА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ОСВІТИ: ВИМІРИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ .....	186
<b>TARANOVA Anastasia</b>	
REASONS FOR THE EMERGENCE OF CONFLICTS IN THE SOCIAL SPHERE .....	189
<b>ЧЕБАН Ілля</b>	
СОЦІАЛЬНІ ВИКЛИКИ, СПРИЧИНЕНІ ВІЙНОЮ: ДЕМОГРАФІЧНИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ГУМАНІТАРНИЙ АСПЕКТ .....	191
<b>ШЕЛЕП Олександр</b>	
ПІДТРИМКА ВИМУШЕНИХ МІГРАНТІВ У СВІТЛІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ.....	194
<b>ЩЕПАНСЬКА Діана</b>	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМ АДАПТАЦІЇ УЧАСНИКІВ БОЙОВИХ ДІЙ: ДОСВІД НУО .....	197

## ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: соціальні та медіа-комунікації як чинник впливу на сприйняття соціальної реальності

**Баюрко Наталія**

аспірантка

*Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка, Україна*

### КРИТЕРІЇ КОНТЕНТУ В КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРАЛЬНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ

Сучасне суспільство дедалі більше залежить від інформації, яка поширюється через офіційні канали комунікації. Центральні органи виконавчої влади (ЦОВВ) відіграють важливу роль у формуванні соціальної реальності, оскільки їх комунікаційна діяльність спрямована не лише на інформування, але й на вплив на суспільну думку, формування довіри до державних інституцій, забезпечення прозорості управлінських процесів та залучення до використання громадянами державних послуг (*Наталіна, 2024*).

Розробка чітких критеріїв для створення та поширення контенту стає критично важливою в умовах інформаційного перенасичення та поширення недостовірної інформації. Від того, наскільки якісно органи влади ведуть комунікацію, залежить не лише їхня репутація, але й рівень довіри громадян до прийнятих рішень, стабільність у кризових ситуаціях та ефективність взаємодії між державою та суспільством (*Goovaerts et al., 2024*).

Серед науковців існують різні думки щодо підходів до визначення критеріїв контенту, які забезпечують ефективну взаємодію центральних органів виконавчої влади з громадськістю. Вони охоплюють низку аспектів, таких як тип вмісту, стратегії націлювання, методи оцінки ефективності тощо.

Так, зарубіжні науковці Девід Кім та Гері Крепс зазначають, що ефективна урядова комунікація повинна надавати актуальну, точну та зрозумілу інформацію ключовим громадським групам, мінімізуючи інформаційний шум та поширення недостовірних даних (*Kim & Kreps, 2020*).

Цю думку поділяє українська дослідниця Ірина Тонкіх, виокремлюючи такі критерії, як: релевантність тематичним запитам, унікальність, дотримання юридичних і морально-етичних норм, реалізація основних функцій і принципів журналістики, відповідність сучасним трендам розвитку медіа (*Тонкіх, 2018, с. 216*).

Узагальнюючи результати наукових досліджень у цьому напрямі, можна зробити висновок, що критерії контенту є набором вимог і характеристик, за якими оцінюється якість, відповідність та ефективність інформаційного матеріалу. Вони допомагають визначити, наскільки контент відповідає поставленим цілям та очікуванням аудиторії. Ключову роль при цьому відіграють базові принципи створення контенту, які сприяють формуванню довіри, забезпеченню інформаційної прозорості та підтримці діалогу між владою і суспільством.

На нашу думку, критерії контенту в комунікаційній діяльності центральних органів виконавчої влади можна систематизувати до семи основних аспектів:

- актуальність (інформація повинна бути своєчасною та відповідати тенденціям);
- достовірність (джерела даних мають бути надійними та перевіреними);
- зрозумілість (текст має бути чітким, логічним і легко сприйматися);
- корисність (контент повинен приносити цінність цільовій аудиторії);
- орієнтація на цільову аудиторію та діалоговий формат (врахування потреб, інтересів та рівня підготовки читачів, відкритість до зворотного зв'язку);
- структурованість (матеріал повинен мати логічний поділ на заголовки, абзаци, списки тощо);
- візуалізація (використання зображень, графіків, таблиць для кращого сприйняття).

Прикладом вдалого застосування зазначених критеріїв є інформаційна кампанія Міністерства охорони здоров'я України щодо вакцинації від COVID-19. Вона відзначалася актуальністю, оскільки оперативно висвітлювала зміни у правилах вакцинації та надавала громадянам необхідну інформацію в умовах пандемії. Достовірність забезпечувалася використанням перевірених даних ВООЗ та національних органів охорони здоров'я, що сприяло зниженню рівня дезінформації. Зрозумілість матеріалів досягалася завдяки застосуванню інфографік, коротких відео та інших візуальних форматів, які наочно пояснювали користь вакцинації. Кампанія також була корисною, оскільки містила важливу інформацію про пункти вакцинації, можливі побічні ефекти та алгоритм отримання щеплення. Вона ефективно орієнтувалася на різні аудиторії: молодь отримувала інформацію через соціальні мережі, а старше покоління – через телебачення. Чітка структурованість матеріалів із логічним поділом на заголовки та блоки забезпечувала легке сприйняття інформації. Важливим елементом стала візуалізація у вигляді постерів, діаграм і анімаційних роликів, що підвищувало залученість громадян. Завдяки такому

комплексному підходу кампанія сприяла підвищенню довіри до вакцинації та формуванню більш позитивної громадської думки.

Дотримання критеріїв контенту відіграє ключову роль у забезпеченні комунікаційної ефективності, особливо у сфері діяльності центральних органів виконавчої влади. Якісний контент сприяє формуванню довіри громадян до державних інституцій, підвищенню рівня прозорості управлінських процесів та ефективній взаємодії між владою і суспільством.

Водночас для підвищення ефективності комунікаційної діяльності центральних органів виконавчої влади важливо впроваджувати сучасні підходи до створення та поширення контенту. Одним із ключових напрямів є посилення використання цифрових платформ, що передбачає розвиток офіційних сайтів, соціальних мереж та мобільних застосунків, які забезпечують громадянам оперативний доступ до достовірної інформації. Важливу роль відіграє й інтерактивний підхід до комунікації через залучення громадян до діалогу шляхом онлайн-опитувань, форумів, чат-ботів та відкритих обговорень.

Окрему увагу в умовах воєнного стану та протистояння російській агресії важливо приділяти боротьбі з дезінформацією, що передбачає створення фактчекінгових ініціатив та інформаційних кампаній, спрямованих на спростування фейків та підвищення рівня критичного мислення серед населення. Розвиток кризової комунікації, своєю чергою, дозволить уникати інформаційного хаосу та паніки, забезпечуючи своєчасне інформування громадян і стабілізацію ситуації у кризових моментах.

Таким чином, дослідження ефективності контенту в комунікації центральних органів виконавчої влади є важливим науковим напрямом. Ключова перспектива – аналіз сприйняття урядових повідомлень різними соціальними групами залежно від віку, освіти та цифрової грамотності. Серед пріоритетних питань – рівень довіри до офіційного контенту серед молоді, літніх людей і вразливих категорій населення. Важливо також оцінити ефективність різних форматів подачі інформації (відео, тексту, інфографіки) у формуванні громадської думки. Окрему увагу слід приділити впливу соціальних мереж і месенджерів як основних каналів комунікації. Врахування когнітивних особливостей аудиторії допоможе адаптувати контент і підвищити його ефективність. Подальші дослідження сприятимуть удосконаленню стратегій комунікації, зміцненню довіри громадян і розвитку суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Наталіна Н. О. Особливості урядової комунікації в Україні під час повномасштабної війни. Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень, 2024, С. 107-109.
2. Тонкіх І. Ю. Критерії якості контенту інтернет-медіа. Обрії друкарства. 2018. № 1. С. 216.
3. Goovaerts, I., de Fine Licht, J., & Mariën, S. (2024). When deliberative mini-publics' outcomes and political decisions clash: Examining how responsive communication influences legitimacy perceptions. *European Journal of Political Research*. DOI: <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12711>.
4. Kim, D. K., & Kreps, G. L. (2020). An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication. *World Medical & Health Policy*, 12(4), 398–412. <https://doi.org/10.1002/WMH3.363>.

**Гончарова Станіслава**  
студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ

Правильне стратегічне формування національного іміджу функціонує як важливий конкурентоспроможний ресурс для покращення інвестиційного клімату та підтримки соціально-економічного розвитку, сприяючи виходу країни з економічної та політичної кризи. Тому питання економічного іміджу країни має особливе значення (Хамініч, 2018 с. 2).

Журналісти як «четверта влада» є людьми, яких слухають, читають і яким довіряють. Вони формують імідж України у світі. Національний імідж відображає соціальне визнання з боку громадян країни і міжнародних організацій. Він створюється у процесі комунікації між учасниками економічного, соціального та політичного життя як усередині країни, так і за її межами (Чекалюк, 2016: с. 113). Фактично медійний образ держави формується з опрацьованих матеріалів (мінімізація негативу та акцентування позитиву); накладених моделей; спотворень через ЗМІ та кінцевого сприйняття аудиторії

(Чекалюк, 2016: с. 113). Позитивний образ України зміцнює зовнішню політику, економіку, безпеку та співробітництво, сприяє залученню інвестицій та європейській інтеграції (Рибаченко, Фаборовський 2013: с. 144).

Для аналізу було обрано медіаканали «Суспільного», оскільки у квітні 2024 року Інститут масової інформації відібрав онлайн-ЗМІ на основі їхньої прозорої журналістської практики з високими стандартами. До так званого білого списку онлайн-ЗМІ найвищої якості увійшли: Суспільне, Радіо Свобода, «Українська правда», «Бабель», Громадське, «Тексти», ZN.ua, «Еспресо», «Слово і діло», «Український тиждень», Громадське радіо.

Проведене дослідження оцінює підходи формування економічного іміджу України через медіаканали «Суспільного». Аналіз зосереджено на вивченні матеріалів економічного змісту (обсяг тем, глибина висвітлення, важливі аспекти), тональності (позитивний чи негативний акцент під час звітування про реформи, інвестиції тощо), формату (розмаїття подачі) та експертизи/джерел (авторитетність, думки, статистика) за попередні дев'ять місяців, зокрема відбудова та реконструкція, міжнародна допомога, вітчизняні експортні операції, регіональний розвиток та економічні показники безпеки інвестицій.

Медіа активно стежать за відновленням економічної інфраструктури, зазначаючи, що, незважаючи на значні втрати, економіка демонструє поступове відновлення, оскільки підприємства відновлюють роботу (наприклад, у статті «Після вторгнення РФ економіка України впала на 30%, зараз понад 90% підприємств відновили роботу — Шмигаль»). Міжнародна підтримка є важливим інструментом для бізнесу для залучення інвестицій згідно з медійним нарративом (як у статті «Данія надасть близько \$43 млн на розвиток бізнесу в Україні — Мінекономіки»). Успішне відновлення логістичних операцій є важливими елементами економічного розширення, як йдеться у статті «Шмигаль: у 2024 році морським коридором Україна експортувала 66 мільйонів тонн вантажів».

Український суспільний мовник надає інформацію про регіональний розвиток, розповідаючи про проекти реконструкції інфраструктури, а також описуючи зусилля України з відновлення зруйнованих територій. Досить помітно, що акцент робиться на моніторингу позитивних економічних зрушень, оскільки вони відображають стабільність і потенціал України (особливо у статті «Світовий банк вперше визначив Україну як державу з доходами, вищими за середні»).

На платформі «Суспільного» читачі можуть знайти цінні інвестиційні поради, які сприяють зростанню фінансово-економічної обізнаності під час війни («Золото, валюта чи крипта: куди вкласти заощадження під час війни»), активно повідомляється про іноземну допомогу, включаючи військову підтримку, оскільки вона відіграє вирішальну роль у безпеці України (наприклад, у статті «США виділять ще \$725 млн військової допомоги,

Україна шукає способи захистити 20 спецоб'єктів. 1013 день війни»). Поряд із новинними повідомленнями «Суспільне» подає аналітику, наприклад, економічні виклики (зменшення ВВП та інфляції), переважно наголошуючи на позитивних аспектах (відновлення бізнесу, зростання експорту та залучення інвестицій). «Суспільне» наводить факти, а експерти-аналітики критично оцінюють дії ряду, про що йдеться у матеріалі «Тисяча гривень кожному: економісти пояснили, звідки уряд візьме гроші».

Платформа новин «Суспільного» показує нам, як продовжуються економічні покращення у важкі часи, водночас обговорюючи прогрес у відбудові регіону та наявні перешкоди (як у статті «Відновлення, економіка та міжнародна допомога: начальник Миколаївської ОВА прозвітував про роботу за 2024 рік»). ЗМІ також мають оптимістичні передбачення щодо майбутньої економіки України.

Завдяки аналітичним статтям та інтерв'ю «Суспільне» надає широкій аудиторії зрозумілу інформацію про економіку. У контенті платформи залучені авторитетні джерела та експерти, зокрема Сергій Фурса й Андрій Длугач. ЗМІ створює зважений і оптимістичний образ України, яка, незважаючи на війну, відбудовує економіку, залучає допомогу та розвиває експорт.

Проаналізовані матеріали українського суспільного медіа показують високу актуальність цієї тематики, виділення в ній кількох важливих аспектів, що визначають економічний контекст часів повномасштабного вторгнення: міжнародна допомога, відбудова та проекти повоєнного відновлення, регіональна економічна політика. Змістові акценти, зокрема, підкреслення можливостей та аналіз оптимістичних прогнозів відображають запит українського читача на віднайдення емоційної підтримки, що базується на чітких економічних показниках аналітики.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чекалюк В. Особливості формування позитивного іміджу України в ЗМІ / В. Чекалюк. — 2016. — С. 112–115.
2. Хамініч С. Формування іміджевої економіки України / С. Хамініч. — 2018. — 6 с.
3. Рибаченко Т., Фаборовський О. Імідж території як фактор інвестиційної привабливості / Т. Рибаченко, О. Фаборовський. — 2013. — С. 142–150.

**Довганюк Вероніка**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **ПРОТИСТОЯННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ МАНІПУЛЯЦІЯМ У СФЕРІ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

Інформаційні маніпуляції є однією з ключових загроз національній безпеці України, особливо у сфері енергетичної безпеки. В умовах повномасштабної війни інформаційні атаки стають не менш руйнівними, ніж фізичні атаки на критичну інфраструктуру, оскільки вони спрямовані на дестабілізацію суспільства, створення паніки та підрив довіри до державних інституцій. Інформаційні маніпуляції охоплюють поширення дезінформації, фальшивих наративів, відвертого спотворення фактів та інші форми психологічного впливу. Згідно з дослідженням (*Власюк, 2023*), сучасні загрози національній безпеці у сфері внутрішньої політики значною мірою пов'язані з інформаційними атаками, які використовуються для підриву довіри громадян до державних рішень.

З початком повномасштабного вторгнення РФ 24 лютого 2022 року інформаційні атаки стали ще інтенсивнішими. Особливо це стало помітно у період масованих ракетних ударів по критичній енергетичній інфраструктурі України, які почалися восени 2022 року. Російська пропаганда активно використовувала декілька ключових меседжів для поширення паніки та хаосу. По-перше, це твердження про «неминучий колапс енергосистеми України», яке мало на меті деморалізувати населення та змусити громадян втратити довіру до енергетичних компаній та уряду. По-друге, нав'язувалася теза про неспроможність західних партнерів допомогти Україні відновити енергетичну інфраструктуру. Зокрема, ворожі ЗМІ намагалися переконати суспільство в тому, що допомога від ЄС та США є недостатньою або надходить із запізненням. Третій ключовий меседж полягав у створенні панічних настроїв щодо можливих «блекаутів» на тривалий період. Як зазначає Т.І. Биркович, технології впливу на масову свідомість під час гібридної війни часто передбачають поширення страху та невизначеності, що дозволяє маніпулювати поведінкою людей у потрібному для агресора напрямку (*Биркович, 2023*)

Протистояння інформаційним маніпуляціям у сфері енергетичної безпеки потребує комплексного підходу, який передбачає, зокрема, протидію дезінформації, активну просвітницьку діяльність. Першочергово треба забезпечити своєчасне та правдиве інформування громадян щодо реального стану енергосистеми. Це можуть бути регулярні

звіти про стан відновлення інфраструктури, оперативну комунікацію з боку державних органів та енергетичних компаній, а також активне використання офіційних інформаційних ресурсів для спростування фейкових новин. У цьому контексті важливу роль відіграють незалежні медіа та аналітичні центри, які перевіряють факти і розвінчують фейки. Як зазначено у матеріалі «Енергетична безпека в добу гібридних воєн», ефективна інформаційна стратегія держави має включати механізми швидкого реагування на маніпуляції, що дозволяє мінімізувати їхній вплив на суспільство (НАТО Ревю, 2021).

Окремим аспектом боротьби з інформаційними маніпуляціями є роль громадянського суспільства в протидії дезінформації. У сучасних умовах особливу ефективність демонструють ініціативи, пов'язані з поширенням перевіреної інформації через соціальні мережі та альтернативні медіа. Наприклад «Ми-Україна» під час екстрених вимкнень світла додають новину, щоб проінформувати населення і не залишити ворогу місця для пропаганди.

У цьому контексті важливий медіапроект «ЕнергоSecurity», який почав свою роботу з 8 жовтня 2024 року. Метою проекту є інформування насамперед студентської молоді (від 17-35 років) про стан енергетичної системи в Україні.

У відео та текстових публікаціях в Instagram проект інформує аудиторію про актуальні виклики у сфері енергетичної безпеки та пояснює складні технічні аспекти роботи енергосистеми, розвінчуючи поширені наративи російської пропаганди.

Формат коротких відео дозволяє донести інформацію до широкої аудиторії, зокрема молоді, яка часто стає об'єктом інформаційних атак.

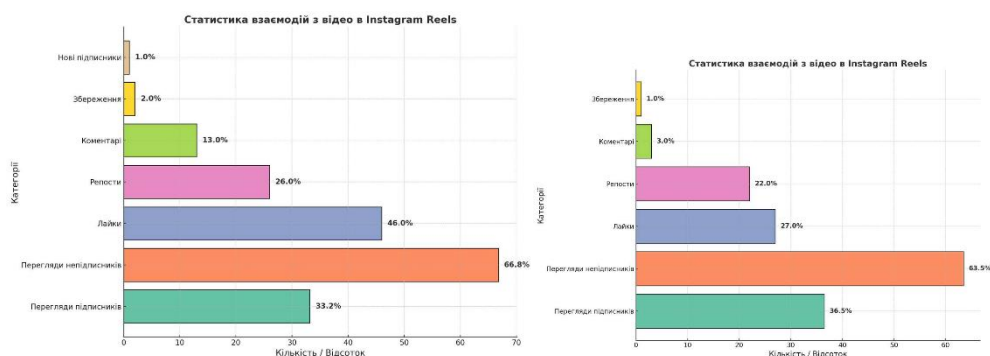


Рис. 1 Статистичні дані щодо споживання контенту у форматі коротких відео підписниками проекту медіапроект «ЕнергоSecurity»

Перше відео на тему «Чи експортує Україна електроенергію під час війни» набрало 753 перегляди (Див. Рис. 1), з яких 66.8% – від не підписаних і 33.2% – від підписників, що свідчить про широке охоплення поза межами постійної аудиторії. Загальна кількість взаємодій – 87: 46 лайків, 26 репостів, 13 коментарів і 2 збереження. Відео має велику

кількість репостів, що вказує на високий інтерес до контенту та потенціал залучення нової аудиторії.

Друге відео на тему того, що чекає українців взимку 2025 року, набрало 623 перегляди, з яких 36.5% – від підписників, а 63.5% – від не підписаних. Загалом 53 взаємодії, серед яких 27 лайків, 22 репости, 3 коментарі та 1 збереження. Відео охопило 369 акаунтів, і хоч перегляди були активними, лише 1 збереження свідчить про короткострокову цінність контенту.

Для підготування відео авторка проєкту аналізує заяви експертів у сфері енергетики, що дозволяє забезпечити високу якість контенту. Крім того, у рамках проєкту авторка інтерв'ювала власників бізнесу, щоб дослідити, як блекаути та інші енергетичні проблеми впливають на різні сфери економіки, та допомогти поширити практичні рішення й адаптаційні стратегії серед підприємців та громадян..

Отже, інформаційні маніпуляції у сфері енергетичної безпеки України є важливим інструментом гібридної війни, який противник активно використовує, щоб досягти своїх стратегічних цілей. Вони спрямовані на підрив довіри до державних інституцій, створення паніки серед населення та дестабілізацію суспільства. Російська пропаганда використовує широкий спектр маніпулятивних меседжів, спрямованих на посилення страху та невизначеності. Для протидії цим загрозам потрібне комплексне реагування з боку держави, громадянського суспільства та незалежних медіа. Важливу роль у цьому процесі відіграє поширення правдивої інформації через соціальні мережі та нові медіаплатформи, що дозволяє ефективно протидіяти маніпуляціям та формувати критичне мислення громадян, зокрема молоді. У цьому контексті проєкт «ЕнергоSecurity» є одним із таких інструментів та сприяє інформаційному спротиву та підвищенню енергетичної грамотності населення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз загроз національній безпеці у сфері внутрішньої політики : аналіт. доп. / за заг. ред. О. С. Власюка. Київ : НІСД, 2023. 48 с. URL: [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-07/ad\\_analiz-zagroz\\_14072023.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-07/ad_analiz-zagroz_14072023.pdf)
2. Биркович Т. І. Технології впливу на масову свідомість в умовах інформаційної гібридної війни: соціокультурний аспект. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 1. С. 9–14.
3. Дюпуй А. та ін. Енергетична безпека в добу гібридних воєн. 2021. URL: <https://www.nato.int/docu/review/uk/articles/2021/01/13/energetichna-bezpeka-v-dobu-gbridnih-von/index.html>

**Дремлюк Анна**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **СУЧАСНІ ПРИЙОМИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ**

Маніпуляція масовою свідомістю стала одним із найпотужніших інструментів впливу в сучасному світі. Через медіа, соціальні мережі та рекламу інформація подається у спосіб, що змінює сприйняття реальності та формує суспільну думку. Найнебезпечніше те, що ці маніпуляції часто залишаються непоміченими, оскільки вони використовують психологічні механізми впливу та інформаційну насиченість сучасного життя.

Одним із найпоширеніших методів є фреймінг — подача одного й того ж факту в різному контексті, що змінює його сприйняття. Це дозволяє контролювати, як люди реагують на ту чи іншу подію. Наприклад, мобілізація в Україні в одних медіа зображується як необхідний крок для захисту країни, а в інших — як примусовий та насильницький прояв зневажливого ставлення влади до громадян. Подібний метод використовується в багатьох сферах, зокрема в політичному дискурсі та масовій культурі.

Іншим важливим методом є контроль порядку денного, коли певні теми висвітлюються активно, а інші залишаються в тіні. Наприклад, у випадку скандалу із забудовою Національного ботанічного саду імені Гришка в Києві інформація про реконструкцію адміністративних будівель була проігнорована, натомість у медіа активно поширювалися чутки про передачу території під житлову забудову. Це викликало суспільний резонанс, хоча офіційні документи не підтверджували таких намірів. Таким чином, змінюється акцент уваги суспільства та формується певне ставлення до події.

Соціальні мережі стали головним каналом поширення маніпуляцій. У Telegram активно поширюються фейки через анонімні канали, у TikTok та Instagram відео швидко стають вірусними незалежно від їхньої достовірності, а у Facebook алгоритми створюють інформаційні бульбашки, коли користувачі отримують лише ту інформацію, що відповідає їхнім поглядам, обмежуючи доступ до альтернативних точок зору.

Сучасний кінематограф також є потужним інструментом формування суспільних поглядів. Наприклад, фільм «Хороша погана дівчинка» став прикладом того, як медіа можуть впливати на масову свідомість, використовуючи контраверсійні теми. Для одних глядачів цей фільм відкриває новий погляд на соціальні норми та свободу вибору,

піднімаючи тему впливу через образ головної героїні, яка стикається з власними підсвідомими бажаннями та суспільними обмеженнями, для інших — є прикладом маніпулятивного використання сексуальної тематики для залучення уваги. Таким чином, фільми стають не лише розважальним продуктом, а й елементом інформаційного впливу.

Методи маніпуляції охоплюють кілька ключових прийомів. Повторюваність інформації – чим частіше певна теза з'являється у ЗМІ, тим більше вона сприймається як об'єктивна правда. Створення образу ворога – певні групи або особи демонізуються для виправдання політичних чи соціальних дій щодо них. Перекручування фактів – вибіркова подача інформації, або її викривлення змінює її початковий сенс. Використання авторитетів – звернення до думки експертів або знаменитостей надає повідомленню вагомості, навіть якщо воно не підкріплене фактами. Емоційний вплив – використання страху, паніки, або, навпаки, надії як способу маніпуляції.

Окремо варто згадати так звану «джинсу» — платні публікації, що маскуються під незалежні журналістські матеріали. Журналісти та блогери можуть отримувати оплату за позитивне чи негативне висвітлення певних подій або осіб, що спотворює реальну картину. Такі маніпулятивні матеріали можуть впливати на політичні вибори, суспільні настрої та економічні рішення.

Емоційний тиск також є одним із найефективніших маніпулятивних методів. Наприклад, у новинах про повернення до влади Дональда Трампа одні медіа представляють його як рятівника, а інші – як глобальну загрозу. Подібний розподіл поглядів помітний і у висвітленні американської допомоги Україні: одні ЗМІ подають її як життєво необхідну, тоді як інші акцентують увагу на тому, що США переслідують власні економічні інтереси, намагаючись контролювати українські ресурси. Це створює в суспільстві поляризацію думок і впливає на міжнародні відносини.

Маніпуляції в інформаційному просторі є серйозною проблемою сучасного суспільства. Лише критичне мислення, аналіз джерел та перевірка інформації допоможуть мінімізувати їхній вплив. У сучасному світі інформаційна грамотність стає не менш важливою, ніж традиційні навички, адже здатність відрізнити маніпулятивний контент від об'єктивної інформації є ключем до збереження власних цінностей і суспільної стабільності та невразливості.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Скандал у Києві: землю ботсаду Гришка хочуть забудувати – що відомо // tsn.ua: веб-сайт. Url: <https://tsn.ua/exclusive/skandal-u-kiyevi-zemlyu-botsadu-grishka-hochut-zabuduvati-scho-vidomo-2742411.html> (дата звернення: 13.01.2025).

2. Договір про надра зі США: як "дивну угоду для туземців" зробити вигідною Україні tsn.ua: веб-сайт. Url: <https://tsn.ua/politika/ugoda-pro-ridkisnozemelni-metali-dlya-ssha-chi-vigidna-vona-dlya-ukrayini-2770272.html> (дата звернення: 18.02.25).

3. США настаивают на более широком контроле ресурсов Украины - wr.korrespondent.net : веб-сайт. Url: <https://korrespondent.net/world/worldabus/4756349> (дата звернення: 16.02.25).

4. Фреймінг //stud.com.ua веб-сайт. Url: <https://stud.com.ua/105922/menedzhment/freyming>

5. Мобілізація в Україні: роль ТЦК та співпраця з поліцією і місцевою владою, українців попередили //hyser.com.ua : веб-сайт. Url: <https://hyser.com.ua/uk/trend/208233-mobilizaciya-v-ukraine-rol-tck-i-sotrudnichestvo-s-policiey-i-mestnymi-vlastyami-ukraincev-predupredili> (дата звернення: 12.02.25).

6. Маніпуляція масовою свідомістю //uk.wikipedia.org : веб-сайт. Url: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

7. Медіа-маніпуляція //uk.wikipedia.org : веб-сайт. Url: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

8. 10 способів маніпулювання масами //artefact.live: веб-сайт. Url: <https://artefact.live/> (дата звернення: 07.11.20).

9. Найпровокативніший трилер сучасності: новий фільм, який зібрав шалену кількість відгуків //kino.24tv.ua: веб-сайт. Url: [https://kino.24tv.ua/film-horosha-pogana-divchinka-pro-shho-syuzhet-var-to-divitis\\_n2740328/amp](https://kino.24tv.ua/film-horosha-pogana-divchinka-pro-shho-syuzhet-var-to-divitis_n2740328/amp)

10. Мартиненко І. О. Сучасні медіа-маніпуляції: механізми та інструменти протидії: кваліфікаційна (магістерська) робота, Вінниця, 2021 рік. 15-22 с.

**Дружченко Марія**

студентка III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **МАНІПУЛЯЦІЯ ЧЕРЕЗ КОГНІТИВНИЙ ДИСОНАНС: ЯК МЕДІА ВПЛИВАЮТЬ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ**

Глобалізація та інтенсивний розвиток медіа-середовища призводять до того, що сучасні люди стикаються з великими обсягами суперечливої інформації. У результаті цього виникає когнітивний дисонанс — психологічний конфлікт між існуючими переконаннями та новими фактами або ідеями. Це явище стає особливо вираженим через маніпуляції медіа,

що часто використовують когнітивний дисонанс як інструмент для впливу на громадську думку. Медіа, через свої канали, викликають у людей відчуття тривоги і непевності, а маніпулювання інформацією стає ефективним інструментом для зміни переконань і поведінки аудиторії. Актуальність цієї теми зростає на фоні постійного впливу медіа на соціальні, політичні та економічні аспекти життя, а також у контексті поширення фейкових новин і дезінформації. Як показують численні дослідження, включаючи дослідження когнітивного дисонансу (Фестингер, 1962), маніпуляція через суперечливу інформацію може привести до зміни поглядів і переконань, іноді без усвідомлення людиною цього процесу. Оскільки сучасні медіа мають великий вплив на формування цінностей та соціальних норм, дослідження цього явища є надзвичайно важливим для розуміння того, як медіа можуть формувати сприйняття світу.

Когнітивний дисонанс, згідно з теорією Фестингера, виникає, коли людина отримує суперечливу інформацію, що вступає в конфлікт із її існуючими переконаннями або переконаннями. Медіа використовують цей феномен для того, щоб сприяти зміні переконань та адаптації до нових соціальних норм. Дисонанс викликається, коли людина отримує новини, які суперечать її поглядам на різні соціальні чи політичні питання. Медіа можуть активно маніпулювати цією ситуацією, змушуючи людину пристосовуватися до нових ідей, аби зняти дискомфорт від суперечливої інформації. Протягом останніх десятиліть медіа часто використовують стратегії, спрямовані на викликання когнітивного дисонансу серед аудиторії. Це може бути досягнуто шляхом поширення суперечливих фактів, відбору контексту або акцентування уваги на певних аспектах події, що суперечать стандартним переконанням. Зокрема, політичні та соціальні зміни через медіа можуть стимулювати аудиторію до перегляду своїх поглядів на різні соціальні питання, як це демонструє ситуація з висвітленням питань гендерної рівності та екологічної відповідальності (Festinger, 1962).

Існує кілька способів адаптації до когнітивного дисонансу, коли медіа впливають на аудиторію. Одним з найбільш поширених є механізм раціоналізації — людина знаходить виправдання своїм поглядам, спробуючи втискати нову інформацію в уже наявну систему переконань. Наприклад, медіа можуть посилювати стереотипи, що підтримують певні соціальні чи політичні погляди, викликаючи тим самим певний когнітивний дисонанс серед тих, хто стикається з суперечливою інформацією. Ще один механізм — це соціальний підтекст, коли медіа виступають як соціальний тиск, змушуючи людей пристосовувати свої переконання до масових уявлень. Сучасні медіа активно формують імідж «потрібних» і «непотрібних» поглядів через популяризацію певних ідей і уявлень у суспільстві. Це є

яскравим прикладом того, як медіа можуть використовувати когнітивний дисонанс для маніпуляції переконаннями і соціальними ролями.

Когнітивний дисонанс не лише впливає на індивідуальні переконання, але й на міжособистісну комунікацію, особливо у сучасних соціальних мережах. Медіа активно формують думки і взаємодії в соціальних групах, іноді навіть приводячи до соціального поділу через наявність різних переконань. Поширення інформації, яка суперечить переконанням або соціальним поглядам групи, може призводити до конфліктів або об'єднання в «бульбашках» інформації, де люди спілкуються тільки з тими, хто розділяє їхні погляди. Приміром, в онлайн-середовищі часто відбувається поляризація думок, де медіа активно сприяють формуванню «групових» поглядів, що заохочує відокремлення від інших точок зору. Це поглиблює когнітивний дисонанс і впливає на здатність людей конструктивно взаємодіяти, оскільки вони можуть уникати або ігнорувати суперечливу інформацію, що порушує їхній соціальний баланс.

Підсумовуючи, можна сказати, що медіа є потужним інструментом, який не лише інформує, але й активно маніпулює сприйняттям інформації через когнітивний дисонанс. Це впливає на зміни в соціальних переконаннях, веде до переосмислення цінностей і ролей, що особливо актуально в умовах глобалізації. Зокрема, медіа можуть провокувати когнітивний дисонанс, сприяючи адаптації людей до нових соціальних норм та стандартів. Важливо враховувати ці аспекти при дослідженні медіа-впливу на сучасне суспільство, оскільки це дозволяє розуміти, як сучасні комунікації формують громадську думку та поведінку.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Максименко С. Д., Деркач Т. М., Ірхін Ю. В. Теоретико-психологічні детермінанти та практичні складові інформаційної безпеки особистості. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2020. 200 с.
2. Festinger, L. Cognitive dissonance theory. 1962.
3. Harmon-Jones, E., Harmon-Jones, C. Cognitive Dissonance: Reexamining a Pivotal Theory in Psychology. Washington, DC: American Psychological Association, 2019. 296 p.

## **ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ДИПЛОМАТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ**

Глобальна цифрова революція, що спричинила кардинальні зміни у парадигмі міжнародних відносин, вивела дипломатію, як найбільш консервативну сферу міждержавного співробітництва, на якісно новий рівень розвитку, створивши один з найбільших трендів сучасної міжнародної політики у межах публічної дипломатії – цифрову дипломатію. Зародившись наприкінці XIX ст., та продемонструвавши активний розвиток на початку 2000-х років у середовищі популярних соціальних мереж, активної онлайн-комунікації між урядами та дипломатами різних країн світу, на початку 2025 року медійна дипломатія стала потужним інструментом зовнішньої політики, інтегрувавши цифрові технології, соціальні мережі та сучасні інноваційні досягнення у галузі штучних нейронних мереж.

Дипломатичні ініціативи з використанням інструментів і технологій штучного інтелекту за останні 3-5 років набули широкої популярності, що обумовлена, зокрема, можливостями: 1) обробки великих масивів даних; 2) прогнозування потенційних міжнародних конфліктів та загроз; 3) моделювання наслідків різноманітних переговорних рішень; 4) виявляти кіберзагрози та захищати конфіденційну дипломатичну інформацію; 5) генерувати проекти угод, меморандумів та інших дипломатичних документів; 6) систематизувати та аналізувати архіви дипломатичного листування та ін. (Піпченко, 2024)

Серед популярних інструментів штучного інтелекту, які використовуються у сучасній дипломатії, можна виділити (Гачкевич, 2023):

- Python-бібліотеки для обробки даних (Pandas, NumPy, Scikit-learn);
- платформи машинного навчання для створення моделей прогнозування (TensorFlow, PyTorch);
- системи візуалізації для відображення результатів (Tableau, Power BI);
- системи текстового аналізу GPT (OpenAI), BERT (Google);
- перекладачі з підтримкою штучних нейромереж (Google Translate, DeepL);
- бібліотеки NLP для обробки текстової інформації (spaCy, NLTK);
- віртуальні асистенти для створення чат-ботів з інтеграцією в дипломатичні процеси (Dialogflow (Google), Microsoft Bot Framework); Siri, Alexa, Google Assistant);

- системи аналізу загроз (IBM QRadar, Splunk) та виявлення аномалій (Darktrace);
- системи розпізнавання облич під час міжнародних зустрічей (OpenCV, YOLO; Amazon Rekognition, Google Cloud Video Intelligence);
- системи моделювання наслідків політичних рішень та/або прогнозування впливу санкцій (AnyLogic, MATLAB);
- системи забезпечення справедливості та прозорості в роботі штучних нейронних мереж (AI Fairness 360, IBM; Fairlearn).

Показово, що у травні 2024 р. на основі технологій штучного інтелекту за допомогою ГО «The Game Changers» і «Nazovni Tech» Міністерство закордонних справ України вперше в історії створило цифрову особу для консульського коментування (Сайт МЗС України [5]). Представниця МЗС України Вікторія ШІ створена на основі реальної людини – української співачки Розалі Номбре, яка на благодійних засадах дала згоду на участь у відповідному проєкті МЗС. Коментарі Вікторії ШІ вже з’являються на офіційних ресурсах МЗС України, вебсайті та сторінках в соцмережах. При чому Міністерство закордонних справ передбачило кілька рівнів захисту Вікторії ШІ від цифрових підробок. На кожному оригінальному відео консульської представниці розміщений QR-код, який веде на текстову версію того ж самого коментаря на офіційній сторінці МЗС. У разі відсутності такого QR-коду чи переходу на будь-який інший сайт, відео не вважається достовірним. На думку експертів, перевагами від використання згенерованої штучним інтелектом цифрової особи для консульського коментування, є, насамперед, економія часу та ресурсів Міністерства.

Очевидно, що у складному глобальному середовищі інструменти штучного інтелекту стають невід’ємною частиною сучасної дипломатії, значно підвищуючи її ефективність. Проте, використання штучних нейронних мереж у дипломатичній сфері, потребує регулювання та юридичного нагляду за технологіями, що використовуються у популярних генеративних сервісах ШІ (Гачкевич, 2023).

Прикладом врегулювання на глобальному рівні окремих питань використання ШІ стало, зокрема, прийняття під час Хіросімського процесу зі штучного інтелекту (The G7 Hiroshima Artificial Intelligence Process) Міжнародних керівних принципів для організацій з розробки передових систем ШІ (The International Guiding Principles for Organizations Developing Advanced AI Systems) і Кодексу поведінки для організацій з розробки передових систем ШІ (The International Code of Conduct for Organizations Developing Advanced AI Systems), що були опубліковані 30 жовтня 2023 року (Ракитнянська, 2024). Першим у світі комплексним нормативним актом щодо штучного інтелекту, який покликаний гарантувати безпеку і дотримання основних прав громадян у процесі розвитку технологій штучного

інтелекту, став прийнятий 1 серпня 2024 р. у Європейському Союзі Закон про штучний інтелект (Artificial Intelligence Act, [6]). Основною метою документу визначено захист фундаментальних прав, демократії, верховенства права та сталості довкілля від високоризикованого штучного інтелекту з одночасним стимулюванням інновацій.

Відповідно до Artificial Intelligence Act активно розробляється дорожня карта з регулювання штучного інтелекту в Україні (Ракитнянська, 2024). За експертними оцінками, загальні стратегії та концепції, погоджені на міжнародному та/або загальноєвропейському рівнях, в подальшому мають стати змістовним підґрунтям для розробки нормативно-правових актів у сфері застосування ШІ у національному законодавстві.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гайдай Юрій Тренди ШІ: які етичні загрози несе використання штучного інтелекту. – 2023. Електронний ресурс. – Режим доступу: [https://speka.media/trendi-si-yaki-etichni-zagrozi-nese-vikoristannya-stuchnogo-intelektu-v4q3wp?utm\\_source=google&utm\\_medium=sps&utm\\_campaign=20972733776&gad\\_source=1](https://speka.media/trendi-si-yaki-etichni-zagrozi-nese-vikoristannya-stuchnogo-intelektu-v4q3wp?utm_source=google&utm_medium=sps&utm_campaign=20972733776&gad_source=1)
2. Гачкевич Андрій, Николишин Мар'яна Дипломатичний набір інструментів штучного інтелекту // International Science Journal of Jurisprudence & Philosophy. 2023. - Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://isg-journal.com/isjpp/article/view/472/273>
3. МЗС України призначило цифрову особу для інформування щодо консульських питань. Офіційний сайт Міністерства Закордонних Справ України. – 1 травня 2024 р. – Електронний ресурс. - Режим доступу: <https://mfa.gov.ua/news/mzs-ukrayini-priznachilo-cifrovu-osobu-dlya-informuvannya-shchodo-konsulskih-pitan>
4. Піпченко Наталія Дипломатія в епоху штучного інтелекту // Україна дипломатична. Вип. XXV. - 2024. - Електронний ресурс. - Режим доступу: <https://ud.gdip.com.ua/dyplomatiia-v-epokhu-shtuchnoho-intelektu.html>
5. Ракитнянська Ксенія Міжнародні стандарти регулювання штучного інтелекту: аналіз актів, розроблених за результатами Хіросімського процесу з ШІ. 06.02.2024. – Електронний ресурс. Режим доступу: [https://jurliga.ligazakon.net/news/225406\\_mzhnarodn-standarti-regulyuvannya-shtuchnogo-intelektu-analz-aktiv-rozroblenikh-za-rezultatami-khrosimskogo-protsesu-z-sh](https://jurliga.ligazakon.net/news/225406_mzhnarodn-standarti-regulyuvannya-shtuchnogo-intelektu-analz-aktiv-rozroblenikh-za-rezultatami-khrosimskogo-protsesu-z-sh)
6. У ЄС набув чинності закон про штучний інтелект // Європейська правда. 01.08.2024. - Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2024/08/1/7191323/>
7. Шадська Уляна, Николаев Андрій / Права людини в епоху штучного інтелекту: виклики та правове регулювання. - 2024. - Режим доступу: chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://eu4digitalua.eu/wpcontent/uploads/2024/02/guia\_ukr\_5.pdf

8. ШІ буде розумнішим за людину вже до 2025 року, а до 2030 року обжене все людство – Ілон Маск // Буковинський незалежний інформаційний портал. 24.12.2024 р. – Електронний ресурс. Режим доступу: <https://bukinfo.com.ua/cikavynky/shi-bude-rozumnishym-za-lyudynu-vzhe-do-2025-roku-a-do-2030-roku-obzhene-vse-lyudstvo-ilon-mask>

**Литвин Аня**

студентка III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ЕМПАТІЯ: ЧИ МОЖЕ МАШИНА РОЗУМІТИ ЛЮДСЬКІ ПОЧУТТЯ?**

У нашому світі технологій, що стрімко розвивається, штучний інтелект не лише став рушійною силою інновацій, але й досяг значних успіхів у відтворенні людських когнітивних здібностей. Крім того, що штучний інтелект сприймається як людина, його все частіше використовують як компаньйона, який залучає користувачів до щирих розмов і пропонує розраду через дружнє спілкування. Оскільки системи штучного інтелекту продовжують підніматися сходами складності, на горизонті з'являється важливе питання: Чи можна вважати штучну емпатію емпатією? Чи має значення різниця між машинним і людським співчуттям, якщо людина відчуває його конструктивний вплив?

Штучний інтелект (AI, ШІ) можна визначити як область комп'ютерної науки, що займається створенням машин, здатних відтворювати людську поведінку. ШІ — один із топових технологічних трендів останнього десятиліття, і найближчим часом буде так само займати лідируючі позиції на ринку технологій. Згідно з дослідженнями, 41% споживачів впевнені, що штучний інтелект може поліпшити їхнє життя, а в 77% використовуваних нами пристроїв функції ШІ присутні в тій чи іншій формі.

У суспільстві, що характеризується зростаючим поділом, нам усім не завадило б трохи більше доброти, співпраці та толерантності. Психологічні дослідження показують, що емпатія може бути ключовою рисою, необхідною для розвитку всіх цих чеснот, незалежно від того, наскільки корисними є ці риси. І навіть якщо емпатія не є природною, дослідження показують, що люди можуть її розвивати - і, сподіваємось, покращувати суспільство в результаті. Емпатія - це фактор, який приваблює людей до професій, що

допомагають, і відіграє вирішальну роль у розумінні нюансів чужого досвіду. Емпатія - це складна здатність, яка дозволяє людям розуміти і відчувати емоційні стани інших, що призводить до співчутливої поведінки. Емпатія вимагає когнітивних, емоційних, поведінкових і моральних здібностей, щоб розуміти і реагувати на страждання інших. [1]

Навіть популярні ШІ, як-от ChatGPT, Gemini чи Llama, вражають своєю здатністю адаптуватися до емоційних ситуацій. Наприклад, за показником Applied Empathy Measure (АЕМ), який оцінює емпатію та емоційний резонанс, ChatGPT 4.0 набирає 0.98 за шкалою від -1 до 1, тоді як середній рівень у людей становить лише 0.15 для чоловіків і 0.29 для жінок. Це показує, що ШІ може справді розуміти контекст і створювати майже «живу» взаємодію. [2]

Завдяки глибокому навчанню та аналізу великих масивів даних, штучний інтелект навчився розпізнавати мікроемоції у голосі, міміці та тексті. Дослідження показують, що штучний інтелект може визначати емоційний стан людини з точністю, що перевершує середнього непідготовленого спостерігача. Нове дослідження, проведене в Університеті Південної Каліфорнії, показало, що повідомлення, створені ШІ, змушували отримувачів почуватися більш "почутими", ніж повідомлення від непідготовлених людей. Водночас, коли люди дізнавалися, що повідомлення надіслано ШІ, вони відчували менше довіри та емоційного зв'язку. Це дає нам зрозуміти, що наскільки б штучний інтелект не був емпатичний, люди всеодно не готові прийняти ШІ, як рівноправного емоційного співрозмовника. Тому тут стоїть питання, чи будуть колись люди готові прийняти повноцінно у своє повсякденне життя — машину?

Справжня емпатія вимагає не лише розуміння емоцій, а й особистого переживання, чого машини не здатні досягти. Хоча штучний інтелект демонструє високий рівень точності в розпізнаванні емоцій та може створювати персоналізовані відповіді, суспільство не готове прийняти його. Алгоритми штучного інтелекту мають потенціал для виявлення та реагування на емоційний стан користувачів, але важливо пам'ятати, що така «емпатія» є лише імітацією людського співпереживання, а не справжнім співчуттям. В результаті, виникає потреба забезпечити довіру користувачів до таких технологій.

Штучний інтелект поступово проникає в емоційні сфери, які раніше здавалися суто людськими: він аналізує наші почуття, відгукується на емоції та навіть імітує співчуття. Технології розпізнавання міміки, голосу та поведінки наближають ШІ до спілкування, яке має вигляд майже «людяного». Але важливо пам'ятати, що це досі лише алгоритми, які відтворюють емоції на основі патернів, а не справжнього співпереживання. З одного боку, АІ може стати потужним союзником: підтримувати нас у складні моменти, покращувати клієнтський сервіс і навіть допомагати у навчанні та лікуванні. З іншого — ризику

залишаються: від етичних питань до загрози конфіденційності наших даних та можливих маніпуляцій.

Зараз він більше схожий на дзеркало, що відображає наші емоції, але не відчуває їх. І хоча його «емпатія» залишається обчислювальною, майбутнє обіцяє нові виклики. Від нас залежить, чи стане ШІ інструментом для кращого розуміння себе та світу, чи перетвориться на небезпечного маніпулятора нашими почуттями.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The Science of Empathy Helen Riess Наука емпатії - РМС
2. Як ШІ вчиться бути «людяним» <https://robotdreams.cc/uk/blog/597-how-ai-learns-to-be-human>
3. [https://newlearning.org.ua/sites/default/files/tezy/2024\\_2/Copilot.pdf](https://newlearning.org.ua/sites/default/files/tezy/2024_2/Copilot.pdf)

**Литвин Владислава**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА САМОВИРАЖЕННЯ

У сучасному глобалізованому світі медіа відіграють ключову роль у формуванні соціальних норм, ідентичності та моделей самовираження. Хоча вони більше не є монополістами інформаційного простору, їхній вплив залишається значним: медіа визначають межі допустимого й недопустимого, формують етичні та естетичні стандарти, а також впливають на ідентифікацію особистості з певними соціальними групами. Особливо цей вплив помітний серед молоді, яка дедалі частіше сприймає інформацію через соціальні платформи, що створюють альтернативну реальність та ілюзію зворотного зв'язку.

Самовираження нерозривно пов'язане з процесом формування ідентичності. Відповідно до концепції Ч. Кулі, особистість розвивається через соціальну взаємодію та створення "дзеркального Я": уявлення людини про себе значною мірою залежить від того, як її сприймають інші. У сучасному світі значущі соціальні групи можуть бути як реальними (сім'я, друзі, професійне середовище), так і віртуальними (онлайн-спільноти, блогери, медіаперсони). Теорія А. Тешфела і Дж. Тернера розглядає два аспекти

ідентичності: особистісний і соціальний. Перший базується на індивідуальних рисах особистості, тоді як другий формується через належність до певної групи. Так, наприклад, сучасна молодь усе частіше ідентифікує себе не з реальними, а з віртуальними або уявними спільнотами, що позначається на їхніх соціальних ролях, цінностях та поведінкових моделях.

Соціальні платформи значною мірою впливають на можливості самовираження та психологічний добробут особистості. Вони створюють простір для обміну думками, емоціями та творчими проявами, сприяють формуванню особистого іміджу й розширенню соціальних контактів. Водночас соціальні мережі можуть мати і негативний вплив, зокрема спричиняти порівняння з іншими. Вони формують ідеалізовані образи, що можуть викликати почуття меншовартості та незадоволеності власним життям. Залежність від зовнішнього визнання, що базується на кількості вподобань, коментарів або підписників, може призводити до зниження самооцінки та підвищення рівня тривожності.

Крім того, онлайн-взаємодія нерідко витісняє живе спілкування, що може зумовлювати соціальну ізоляцію та зниження навичок міжособистісної комунікації. Негативні коментарі, кібербулінг та порівняння із відфільтрованими образами часто сприяють виникненню психологічних проблем, зокрема депресії та тривожних розладів.

Для підтримки здорового самовираження в умовах впливу соціальних медіа важливо знаходити баланс між віртуальним і реальним життям. Зокрема, рекомендується:

- обмежувати час, проведений у соціальних мережах;
- критично оцінювати контент, не піддаватися некритичному сприйняттю ідеалізованих образів;
- зосереджуватися на особистих досягненнях та саморозвитку, а не на порівнянні з іншими;
- розвивати навички міжособистісної комунікації в реальному житті.

Таким чином, соціальні медіа є потужним чинником впливу на самовираження, формування ідентичності та психологічний стан особистості. Вони створюють як можливості для творчого розвитку, так і ризики, пов'язані з нереалістичними стандартами та залежністю від зовнішнього схвалення. Відтак, важливим є розвиток критичного мислення, усвідомлене використання медіа та підтримка гармонійного співвідношення між віртуальним і реальним світом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cooley C. H. Human nature and the social order. Електронний ресурс. URL: [https://openlibrary.org/works/OL1775029W/Human\\_nature\\_and\\_the\\_social\\_order](https://openlibrary.org/works/OL1775029W/Human_nature_and_the_social_order)
2. Буковська О., Мазур Т., Анищенко Л. Вплив соціальних інтернет-мереж на соціалізацію молоді. *Габітус*. Вип. 29. 2021. С. 48-52. Електронний ресурс. <http://habitus.od.ua/journals/2021/29-2021/9.pdf>.
3. Клімінченко С. Д. Вплив соціальних мереж на самооцінку та психічне здоров'я молоді [Електронний ресурс] / С. Д. Клімінченко, С. В. Григор'єва // Розвиток сучасного українського суспільства у соціологічному вимірі : матеріали 11-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 13 грудня 2024 р. / ред. кол.: В. М. Мороз [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. – С. 98-100. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/85594>

**Мальцева Валерія**

студентка III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ПЛАТФОРМА ФОРМУВАННЯ КОЛЕКТИВНОЇ ПАМ'ЯТІ

У сучасному цифровому світі соціальні мережі стали не просто платформою для спілкування, але й потужним інструментом формування колективної пам'яті суспільства. Особливо яскраво це проявляється в контексті історичних подій та поточної війни в Україні, де соціальні медіа відіграють безпрецедентну роль у документуванні, поширенні та збереженні колективного досвіду народу.

Колективна пам'ять – це сукупність знань, уявлень та інтерпретацій минулого, що поділяються членами певної соціальної групи. Вона формується через офіційну історіографію, усну традицію, культурні артефакти, медіа та цифрові технології. Історія людства демонструє, що колективна пам'ять є фундаментом для національної ідентичності та громадянської свідомості. З розвитком цифрових технологій і появою соціальних мереж цей процес значно прискорився, набувши нових форм та масштабів.

Традиційно колективна пам'ять формувалася через усні перекази, книги, офіційні документи та ЗМІ. Однак соціальні мережі створили новий вимір для збереження

історичної пам'яті, де кожен користувач може стати свідком та літописцем подій. Facebook, Twitter, Instagram, Telegram та навіть TikTok перетворилися на живі архіви, де зберігаються мільйони особистих історій, фотографій та відеосвідчень. Користувачі можуть висловлювати свої думки, сперечатися, ділитися особистими спогадами, що формує багатогранний погляд на минуле. Наприклад, багато українців діляться своїми переживаннями та спогадами про початок війни, евакуацію, життя під окупацією чи боротьбу на фронті, що формує унікальне цифрове досвід війни.

Соціальні мережі, завдяки своїй інтерактивності та доступності, стали потужним інструментом збереження та поширення історичної інформації. Тут ми можемо знайти свідчення минулих подій, культурні артефакти, спогади людей та багато іншого. Ця інформація може бути представлена у різних форматах: текст, фотографії, відео, аудіозаписи тощо. Важливим аспектом формування колективної пам'яті в соціальних мережах є можливість для колективного обговорення та інтерпретації історичних подій. Користувачі можуть обмінюватися своїми думками, ділитися спогадами, аналізувати різні точки зору. Завдяки цьому формується більш об'єктивне та багатогранне уявлення про минуле. Особливо важливу роль соціальні мережі відіграють у збереженні пам'яті про трагічні події та війни. Тут ми можемо знайти свідчення злочинів, історії героїзму та втрат людей. Ця інформація є важливою для того, щоб ми пам'ятали про минуле та робили все можливе, щоб такі трагедії не повторилися, пам'ятаючи ціну того, що маємо зараз.

В умовах інформаційної війни та російської пропаганди соціальні мережі стали ключовим засобом донесення правди до міжнародної спільноти. Після початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року інформація про події в Україні миттєво поширювалася через соціальні мережі, змушуючи світову спільноту реагувати. Пости очевидців, фото та відеодокази воєнних злочинів стали не лише засобом обміну інформацією, а й важливим елементом доказової бази для міжнародних судів.

Соціальні мережі також відіграють функцію у волонтерському русі, координації гуманітарної допомоги та підтримці військових. Завдяки публікаціям у Instagram, Telegram, Twitter і TikTok вдалося врятувати тисячі життів, організувати евакуацію, надати допомогу постраждалим, збирати на допомогу військовим та нагадувати кожен день про війну, полонених та життя українців зараз. Наприклад, волонтерські ініціативи «Повернись живим» або «Фонд Сергія Притули» активно використовують соціальні мережі для збору коштів на закупівлю спорядження для військових.

Приклад пам'яті, якому вже 11 років. Революція Гідності 2013-2014 років стала першим масштабним прикладом того, як соціальні мережі формують колективну пам'ять українців. Хештеги #Євромайдан та #Revolution\_of\_Dignity об'єднали тисячі публікацій,

створивши унікальний цифровий літопис тих подій. Дописи очевидців, фотографії та відео з місця подій сформували багатовимірну картину революції, яка збереглася в цифровому просторі.

Війна в Україні стала яскравим прикладом того, як соціальні мережі можуть бути використані для формування колективної пам'яті. Тут ми бачимо документування воєнних злочинів, збір коштів для допомоги постраждалим, поширення інформації про події в Україні. Завдяки соціальним мережам світ дізнається правду про війну, а українці можуть зберегти пам'ять про ці важкі часи. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну у 2022 році продемонструвало безпрецедентну роль соціальних мереж у формуванні колективної пам'яті про війну. Щоденні свідчення очевидців, відео з передової, розповіді про героїзм захисників та терор мирного населення створюють детальну хроніку подій, яка раніше була б неможливою. Особливістю цієї війни стала можливість миттєвого поширення інформації. Історії про оборону Маріуполя, героїзм захисників Азовсталі, звільнення Херсона та інших міст миттєво ставали частиною колективної свідомості не лише українців, але й всього світу. Платформи на кшталт Twitter та Telegram перетворилися на головні джерела оперативної інформації, формуючи глобальне розуміння подій в Україні.

Механізми формування колективної пам'яті. Соціальні мережі створюють унікальні механізми формування колективної пам'яті через:

– миттєве поширення інформації та емоційний резонанс. Історії про подвиги українських військових, волонтерів та звичайних громадян швидко стають вірусними, закріплюючись у колективній свідомості.

– візуалізацію подій. Фотографії та відео з місць подій створюють потужний емоційний зв'язок та сприяють кращому запам'ятовуванню історичних моментів.

– інтерактивність та залученість. Можливість коментувати, ділитися та обговорювати події створює відчуття причетності до історичного процесу.

Водночас використання соціальних мереж для формування колективної пам'яті має свої виклики. Серед них - поширення дезінформації, вибірковість висвітлення подій та можливість маніпуляцій. Проте саме різноманітність джерел та свідчень у соціальних мережах дозволяє створювати більш об'єктивну картину подій. Алгоритми платформ часто підсилюють наративи, які можуть не завжди відображати об'єктивну реальність. Крім того, цифрова пам'ять є вразливою до цензури та видалення контенту, що може впливати на збереження історичної правди. Росія активно використовує соціальні мережі для ведення гібридної війни, поширення фейків і маніпуляцій, які змінюють суспільне сприйняття історичних подій. Це робить критичне мислення та медіаграмотність необхідними навичками для сучасного громадянина.

То ж, соціальні мережі є потужним інструментом формування колективної пам'яті. Вони сприяють збереженню історичних подій, створенню спільних наративів та активному обговоренню минулого. У випадку України соціальні медіа стали не лише засобом документації воєнних злочинів та підтримки суспільства, а й важливим аспектом інформаційної війни. Однак важливо критично ставитися до інформації, перевіряти її достовірність і пам'ятати, що цифрова пам'ять також потребує захисту від маніпуляцій. Таким чином, соціальні мережі можуть як зміцнити, так і спотворити колективну пам'ять, що робить їх важливим, але поки дещо неоднозначним явищем сучасності.

Підсумовуючи соціальні мережі стали невід'ємною частиною формування колективної пам'яті сучасного суспільства. В контексті української історії та поточної війни вони відіграють роль не лише інформаційного ресурсу, але й платформи для збереження національної пам'яті. Цифрові свідчення, зібрані в соціальних мережах, формують унікальний історичний наратив, який допоможе майбутнім поколінням краще зрозуміти події з різних поглядів, на те, що відбувається сьогодні.

**Мишанич Іван**

здобувач факультету «Журналістика.Видавнича справа та редагування», Оптико-механічний фаховий коледж,  
*Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка, Україна*

## **TELEGRAM ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ: АНАЛІЗ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ СТРАТЕГІЙ**

Сучасне інформаційне середовище характеризується високою динамічністю та значним впливом цифрових платформ на суспільну думку. Однією з найпотужніших комунікаційних екосистем сьогодення є Telegram, який завдяки своїй архітектурі, умовній анонімності та широким можливостям для поширення контенту став важливим інструментом інформаційного впливу. Особливо це стосується сфер політичної комунікації, кризових ситуацій та гібридних конфліктів, де соціальні медіа відіграють ключову роль у формуванні комунікаційного дискурсу.

У контексті глобальних інформаційних війн Telegram набув особливого значення як засіб пропаганди, маніпуляції та психологічного впливу. Закриті та відкриті канали, бот-мережі, цільова дезінформація та візуальні наративи створюють потужний механізм впливу на масову свідомість. Використання цього інструменту різними державними та недержавними суб'єктами свідчить про його ефективність у розповсюдженні

пропагандистських меседжів та активізації соціальної діяльності різних аудиторій. Значущість дослідження Telegram як засобу інформаційного впливу зростає у зв'язку з його масовим використанням під час війни, зокрема для поширення військової пропаганди, створення панічних настроїв, мобілізації населення або ж, навпаки, деморалізації противника. Аналіз пропагандистських стратегій, застосованих у цій платформі, дозволяє виявити основні механізми інформаційного впливу, типологію наративів, способи їх адаптації до цільової аудиторії та оцінити ефективність контрпропагандистських заходів.

Для глибшого розуміння окресленої проблематики, звернемося до емпіричних даних зібраних упродовж 1-6 вересня 2024 року Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС). Методом телефонних інтерв'ю (computer-assisted telephone interviews, CATI) на основі випадкової вибірки мобільних телефонних номерів (Kyiv international institute of sociology, 2024)

Таблиця 1. Розподіл відповідей респондентів на питання: «На Вашу думку, наскільки серйозну чи ні загрозу для безпеки України та українців несе поширення російської дезінформації і пропаганди в соціальних мережах, як Телеграм, YouTube, Фейсбук тощо?» (у %)

	Україна в цілому	Захід	Центр	Південь	Схід
Дуже серйозна і одна з найбільших загроз	33	40	33	32	20
Досить серйозна загроза, хоча не є однією з найбільших	38	41	39	33	35
Не особливо серйозна, хоча певну шкоду завдає	18	13	21	20	19
Жодної або майже жодної загрози	5	3	4	8	7
Важко сказати (не зачитувати)	6	3	4	6	20
Відмова відповідати (не зачитувати)	0	0	0	1	0

Більшість опитаних - 71% зазначають, що поширення російської дезінформації та пропаганди в соціальних мережах є серйозною загрозою для як для українського суспільства загалом так і для представників окремих соціальних груп в умовах воєнного стану. Жителі західних регіонів України найбільш гостро оцінюють вплив загрози російської дезінформації на співвітчизників - 81%. Найнижчий рівень сприйняття загрози демонструють жителі Сходу України що підкреслюється низкою показників. Лише 20% респондентів вважають російську дезінформацію дуже серйозною загрозою, що майже вдвічі менше, ніж у Західних регіонах - 40%. Водночас 35% оцінюють її як досить серйозну проблему, що загалом дає 55% занепокоєних громадян (найнижчий показник у країні).

До можливих причин формування такої різниці у сприйнятті рівня загрози, що несе російська пропаганда необхідно віднести низку факторів. Серед яких: тривале перебування частини східних територій під російським інформаційним впливом; більша відкритість до проросійських джерел інформації серед певних груп населення (відслідковування наративів для прогнозування можливих подальших кроків); та одна з найбільш чітких для країни наявність військових дій та гуманітарних проблем, які можуть зменшувати увагу громадян до медіапростору.



Рис. 1. «А якщо власники Телеграм категорично відмовляються блокувати телеграм-канали, які ... , то Ви би підтримали чи ні заборону Телеграм в Україні?»

Отримані дані віддзеркалюють думку респондентів, що розглядають Telegram як потенційний інструмент загрози, якщо його використовують військові ворога, злочинні угруповання або пропагандисти. Водночас рівень підтримки заборони варіюється залежно від типу загрози, що може свідчити про диференційоване ставлення в суспільстві до різних аспектів проблеми. Загроза військового використання месенджера російськими військовими сприймається як найбільш критична - 71%. Це пояснюється загальним розумінням респондентів значення інформаційної безпеки в умовах війни та необхідністю обмежувати канали, що можуть сприяти координації військових дій противника.

Примітним є високий рівень підтримки блокування Telegram через його використання у кримінальних схемах - 70%. Ймовірно це свідчить про те, що респонденти сприймають платформу як один із основних інструментів для нелегального обігу наркотиків або шахрайських схем. Порівняно нижчий рівень підтримки - 60% щодо поширення дезінформації та пропаганди може свідчити про існування альтернативних підходів до боротьби з інформаційними загрозами, таких як фактчекінг або державне регулювання контенту без повного блокування платформи. Найбільший відсоток тих, хто не підтримує заборону Telegram (32%), зафіксований у питанні про поширення

дезінформації. Це може бути наслідком різних факторів. Наприклад, впевненістю респондентів в тому, що інформаційна боротьба має вестися іншими методами, а не через блокування платформи. Ця позиція має ідейне продовження в риториці ворога, який може використовувати блокування телеграм каналів як приклад нав'язування пропагандистської риторики та формування інформаційної однобокості в інформаційному просторі українців. Інша позиція належить громадянам що можуть не сприймати Telegram як основне джерело російської пропаганди.

Таким чином, вивчення Telegram як інструменту інформаційного впливу дозволив визначити його роль у поширенні пропагандистських наративів, координації деструктивної діяльності та мобілізації аудиторій. Проаналізовані емпіричні результати вказують на високий рівень суспільного усвідомлення загроз, пов'язаних із використанням цієї платформи, зокрема у контексті війни та інформаційної безпеки. Водночас регіональний розподіл продемонстрував варіативність сприйняття проблеми, що потребує подальшого дослідження впливу соціально-демографічних факторів. Слід підкреслити, що значний відсоток респондентів підтримує можливість обмеження діяльності Telegram у разі відмови його власників блокувати канали, що загрожують національній безпеці, проте рівень такої підтримки варіюється залежно від типу загрози. Це свідчить про необхідність збалансованого підходу до інформаційної політики, що поєднуватиме ефективне регулювання цифрових платформ із розвитком медіаграмотності та фактчекінгу. Подальші дослідження мають бути зосереджені на механізмах впливу пропагандистських стратегій, оцінці ефективності заходів протидії та формуванні комплексної стратегії інформаційної безпеки в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сприйняття українцями загроз поширення російської пропаганди в соціальних мережах та ставлення до заборони Телеграм. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=1428&page=1>

**Муха Дмитро**

студент III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **РОЛЬ СИМВОЛІВ І МОВИ У ФОРМУВАННІ ДЗЕРКАЛЬНОГО "Я"**

Символи — це будівельні блоки нашого спілкування. Вони допомагають нам розуміти один одного і ставати частиною суспільства. Коли ми спілкуємося, наші 18 слова, жести та міміка — це не просто звуки й рухи. Це своєрідна гра, де ми намагаємося зрозуміти, що мають на увазі інші, і показати їм, що маємо на увазі ми. Значення слів і жестів не є стабільним. Воно змінюється залежно від того, хто, де і коли їх використовує. Наприклад, один і той же жест може мати різне значення в різних культурах. Коли ми вчимося мови й культурних норм, ми не просто копіюємо інших. Ми додаємо до цього свій власний досвід і розуміння. Тобто, ми не тільки вчимося, але й створюємо нові значення. Символи — це не просто слова, а живі й рухливі конструкції. Вони змінюються разом з нами й нашим суспільством. За Мідом, ми стаємо тим, ким є, завдяки спілкуванню. Символи, які ми використовуємо, допомагають нам розуміти один одного і формують наше «Я». Це взаємодія, в якій ми не просто пасивні спостерігачі, а активні учасники, які створюють і змінюють значення символів

Мова – це не просто засіб спілкування, а потужний інструмент, який формує нашу особистість. Завдяки мові ми не тільки висловлюємо свої думки, але й розуміємо, як нас сприймають інші люди. Це допомагає нам зрозуміти, хто ми такі і яке місце ми займаємо в суспільстві.

Формування самосвідомості людини це надважлива з ключових тем у соціології та соціальній психології. На цьому зосереджена теорія символічного інтеракціонізму, представниками її були Чарльз Гортон Кулі, Джордж Герберт Мід і Герберт Блумер. Центральне місце в цій теорії займає концепція "дзеркального Я" (looking-glass self), яка пояснює, як індивід формує уявлення про себе через соціальні взаємодії, мову та символи. [3].

Чарльз Кулі представив ідею "дзеркального Я" у 1912 році. На його думку, особистість формується через відображення реакцій інших людей на нашу поведінку. За його терією, цей процес включає три етапи: як нас сприймають інші люди, як вони реагують на нашу поведінку та як ми інтерпретуємо ці реакції та формуємо ставлення до себе. Цей механізм особливо важливий на ранніх етапах розвитку дитини. Через взаємодію в

первинних групах (родина, друзі) людина формує уявлення про себе. Водночас людина не є пасивним відображенням думок оточуючих — вона активно обирає, які реакції приймати чи ігнорувати.

Джордж Мід продовжив і розвинув ідеї Кулі. Він стверджував, що мова є основним інструментом, який дозволяє людині усвідомити себе як соціальну істоту. Завдяки мові індивід здатен приймати роль іншого, тобто уявляти себе на місці іншої людини. Мід виділяв два аспекти формування самості: "Я" (I) — внутрішній, імпульсивний аспект особистості, і "Мені" (Me) — соціальне відображення, сформоване на основі сприйняття реакцій інших. Процес становлення самосвідомості проходить у три етапи: імітація, коли дитина копіює поведінку дорослих, не розуміючи її змісту; гра, під час якої дитина освоює соціальні ролі через символічні дії; колективна гра, коли індивід навчається враховувати очікування групи, засвоюючи соціальні норми. Найяскравіший приклад впливу символів і мови на формування дзеркального "Я" можна побачити, коли дитина навчається соціальним нормам через реакції дорослих. Наприклад, уявімо дитину, яка вперше малює картинку і показує її батькам. Якщо батьки реагують із захопленням реагуючи: "Це чудово!", "Яка гарна картинка!", дитина починає бачити себе як творчу особистість, її самооцінка підвищується. Якщо ж реакція буде байдужою або негативною наприклад: "Ти ще не вмієш малювати", у дитини може сформуватися невпевненість у своїх художніх здібностях [1].

У цьому процесі мова є основним інструментом формування самооцінки через оцінку інших людей, а символи – наприклад, сама картина – стають носіями соціальних значень. У підсумку дитина формує уявлення про себе не лише на основі своїх дій, а й через інтерпретацію реакції оточуючих.

Учень Міда, Герберт Блумер, поглибив теорію символічного інтеракціонізму, акцентуючи увагу на значенні інтерпретації в соціальних взаємодіях. За його теорією, люди діють не лише у відповідь на стимули, а на основі значень, які вони надають об'єктам і подіям. Значення формується в процесі соціальної взаємодії і може змінюватися залежно від контексту. Символи та мова є головними засобами інтерпретації та комунікації між людьми. Блумер розрізняв два рівні соціальної взаємодії: несимволічний, який є базовим рівнем, спільним для всіх живих істот, і символічний, властивий лише людям, що базується на мові та вмінні до інтерпретації значень.

Концепція дзеркального "Я" і теорія символічного інтеракціонізму показують роль мови та символів у формуванні самосвідомості. Кулі показав, як соціальні взаємодії формують уявлення індивіда про себе. Мід розкрив механізми внутрішньої та зовнішньої самості через прийняття ролей. Блумер більше акцентував на активній ролі інтерпретації

значень у соціальних взаємодіях. Усі ці підходи доводять, що наше "Я" є соціально сконструйованим і постійно розвивається у взаємодії з оточуючими.

Отже, можна зробити висновок, що наше сприйняття себе не формується у “вакуумі”. Кожна фраза і символи відіграють ключову роль у цьому процесі, допомагаючи нам не лише висловлювати думки, але й розуміти себе через очі оточуючих. Наше уявлення про себе формується не лише через власні думки чи дії, а значною мірою через реакції інших людей. Мова та символи є у цьому процесі ключовим: вони не лише допомагають нам комунікувати, а й слугують дзеркалом, у якому ми бачимо себе через оцінку суспільства. Взаємодія з оточенням постійно змінює наше сприйняття себе, і саме тому наше "Я" не є статичним — воно формується і перетворюється у процесі соціального досвіду.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <https://iqholding.com.ua/blogs/%C2%ABya-realne%C2%BB-ta-%C2%ABya-idealne%C2%BB-ya-kontseptsiya-ta-samootsinka-yak-osnova-samopiznannya-ta-samovdoskonalennya>
2. <https://core.ac.uk/download/pdf/162001473.pdf>.
3. У чому полягає сутність символічного інтеракціонізму? :: MegaLib.com.ua

**Назімова Олександра**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

### ВІРТУАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК НОВИЙ ТРЕНД СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Віртуальне спілкування в сучасному інформаційному суспільстві стало невід'ємною частиною соціальної реальності, суттєво трансформуючи характер міжособистісних відносин та способи соціальної взаємодії. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, особливо в умовах глобальної діджиталізації, призвів до формування нового соціокультурного феномену, який потребує ґрунтовного наукового осмислення.

Філософський аналіз віртуального спілкування, представлений у роботах Веремейчик С., розкриває онтологічні та гносеологічні аспекти цього феномену в контексті

постмодерністського дискурсу. Автор підкреслює, що "віртуальна реальність створює новий вимір людського існування, де традиційні категорії простору і часу набувають принципово нового значення" (Веремейчик, 2021). Ця трансформація фундаментальних параметрів соціального буття призводить до формування нових моделей соціальної взаємодії та комунікативних практик. Особливо важливим є розуміння того, як віртуальний простір впливає на формування нових форм соціальності та трансформацію традиційних соціальних інститутів.

Дослідження Висоцької О.Є. розкриває комунікативні основи соціальних перетворень у контексті становлення постмодерного суспільства. За даними її досліджень, віртуальна комунікація стає ключовим фактором трансформації соціальних відносин, формуючи нові патерни соціальної взаємодії та способи конструювання соціальної реальності. Автор наголошує на тому, що "віртуальне спілкування створює принципово нові можливості для соціальної інтеграції та розвитку громадянського суспільства" (Висоцька, 2009).

Волинець В. у своїх дослідженнях здійснює комплексний аналіз специфіки віртуальної, доповненої та змішаної реальності, розглядаючи їх вплив на формування нових комунікативних практик. Особливу увагу автор приділяє технологічним аспектам віртуальної комунікації, підкреслюючи, що "розвиток комп'ютерних систем створює нові можливості для міжособистісної взаємодії та соціальної комунікації" (Волинець, 2021). У своєму дослідженні автор детально аналізує, як різні типи віртуальної реальності впливають на формування нових способів сприйняття та взаємодії з соціальним середовищем. Важливим аспектом цього аналізу є розуміння того, як технологічні інновації змінюють не лише форму, але й зміст соціальної комунікації.

У контексті соціокультурного аналізу віртуальної реальності Волинець В.О. досліджує трансформацію культурних практик під впливом віртуального спілкування. У своїй роботі автор розглядає, як віртуальний простір стає середовищем формування нових культурних форм та способів самовираження. "Віртуальний простір стає важливим фактором культурної динаміки, створюючи нові форми культурної творчості та соціальної взаємодії" (Волинець, 2016). Дослідник звертає особливу увагу на те, як віртуальна комунікація впливає на процеси культурної ідентифікації та формування нових культурних спільнот, незалежних від географічних та часових обмежень.

Герчанівська П.Е. у своєму термінологічному словнику з культурології пропонує системний підхід до розуміння феномену віртуальної комунікації. Автор визначає її як "специфічну форму соціальної взаємодії, що реалізується за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій та характеризується створенням особливого комунікативного

простору" (Герчанівська, 2015). Це визначення дозволяє розглядати віртуальне спілкування не лише як технологічний феномен, але й як складний соціокультурний процес, що має власну логіку розвитку та специфічні механізми функціонування.

Десятерик Д. у своєму дослідженні віртуальної реальності звертає увагу на соціальні наслідки віртуалізації комунікативних процесів. Автор аналізує, як віртуальне спілкування змінює характер соціальних зв'язків та впливає на формування нових форм соціальної організації. Особливу увагу дослідник приділяє питанням трансформації соціальних ролей та статусів у віртуальному просторі, а також проблемам формування віртуальних спільнот та їх впливу на реальні соціальні процеси.

Важливий внесок у розуміння соціально-психологічних аспектів віртуальної реальності зробив Дупак В. За результатами його досліджень, віртуальне спілкування має значний вплив на формування психологічного благополуччя особистості. Автор зазначає, що "віртуальна комунікація створює нові можливості для самореалізації та розвитку особистості, але водночас може призводити до формування специфічних форм психологічної залежності" (Дупак, 2013). У своєму дослідженні автор детально аналізує психологічні механізми віртуальної комунікації, особливості формування віртуальної ідентичності та проблеми психологічної адаптації до віртуального простору. Особливу увагу він приділяє питанням емоційної залученості у віртуальне спілкування та її впливу на реальні соціальні відносини.

Згідно з даними дослідження, проведеного компанією Gradus Research у 2023 році, в Україні спостерігається стрімке зростання використання різних платформ віртуального спілкування. Найпопулярнішими месенджерами серед українців є Viber (92% користувачів), Telegram (85%) та WhatsApp (32%). Серед соціальних мереж найбільшу аудиторію мають Facebook (58%), Instagram (55%) та YouTube (51%). Ці показники свідчать про високий рівень залученості населення до віртуальної комунікації.

Дослідження Київського міжнародного інституту соціології (2023) виявило цікаві тенденції щодо впливу віртуального спілкування на формування соціальної ідентичності. Зокрема, 73% молодих людей віком 18-25 років вважають свою онлайн-ідентичність важливою частиною особистості. При цьому 45% респондентів зазначили, що їхня самопрезентація в соціальних мережах відрізняється від поведінки в реальному житті.

Важливим аспектом дослідження стало вивчення психологічних наслідків віртуального спілкування. За даними опитування, проведеного серед студентів київських університетів, 67% респондентів відчувають тривогу при тривалій відсутності доступу до соціальних мереж, а 58% зазначають, що віртуальне спілкування часто заміщує реальні соціальні контакти.

Аналіз професійної сфери показав зростання ролі віртуальної комунікації у робочому середовищі. Згідно з дослідженням, 82% офісних працівників використовують месенджери для робочого спілкування, а 76% вважають віртуальні комунікації ефективним інструментом для вирішення професійних завдань.

Особлива увага в дослідженні приділялася питанням інформаційної безпеки. Результати показали, що лише 34% користувачів приділяють достатню увагу захисту персональних даних у віртуальному просторі, а 42% стикалися з різними формами кіберзагроз.

У контексті освіти дослідження виявило, що 89% студентів активно використовують віртуальні платформи для навчання, при цьому 63% відзначають підвищення ефективності освітнього процесу завдяки використанню цифрових комунікативних технологій.

Важливим результатом дослідження стало виявлення тенденції до формування нових соціальних практик під впливом віртуального спілкування. 78% респондентів відзначили, що їхні способи комунікації суттєво змінилися за останні п'ять років, а 65% вважають віртуальне спілкування невід'ємною частиною сучасного життя.

Отримані результати мають важливе практичне значення для розробки стратегій розвитку цифрового суспільства, вдосконалення освітніх програм та формування політики щодо інформаційної безпеки. Подальші дослідження мають зосередитися на вивченні довгострокових наслідків віртуалізації спілкування для розвитку особистості та суспільства в цілому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Веремейчик С. Віртуальна реальність у контексті постмодерністського філософування. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2021. № 31. С. 3–6.
2. Висоцька О.Є. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства): монографія. Дніпропетровськ: Інновація, 2009. 316 с.
3. Волинець В. Віртуальна, доповнена і змішана реальність: сутність понять та специфіка відповідних комп'ютерних систем. Питання культурології. 2021. № 37. С. 231–243.
4. Волинець В.О. Віртуальна реальність у соціокультурному просторі сучасності. Культура України. 2016. Випуск 52. С. 120-128.
5. Герчанівська П.Е. Культурологія: термінологічний словник. Київ: Національна Академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2015. 439 с.

6. Десятерик Д. Віртуальна реальність [Електронний ресурс]. URL: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/cuspilstvo/virtualna-realnist> (дата звернення: 15.01.2024)

7. Дупак В. Соціально-психологічні засади віртуальної реальності. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2013. № 11. С. 83-89.

**Несенюк Аліна**

студентка III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ПРОСТІР ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ**

В сучасному суспільстві соціальні мережі та медіа-комунікації стали невід'ємною частиною повсякденного життя, які змінюють традиційні способи комунікації, поширення інформації. Також вони мають неабиякий вплив на формування громадської думки. Актуальність дослідження соціальних мереж як простору формування громадської думки зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, що спонукає до вивчення їх механізмів впливу.

Громадська думка це складний соціальний процес, який показує ставлення різних соціальних груп до подій явищ чи процесів, що відбуваються у суспільному житті. Вона формується під впливом різних факторів, залежить від особистого досвіду людей, їхнього оточення, політичних та економічних чинників. Зараз в період швидкого розвитку цифрових технологій, соціальні мережі стали середовищем, де може відбуватися формування та трансформація громадської думки, тому тепер не тільки традиційні медіа (телебачення, газети, радіо), а й окремих користувач може вплинути на думку.

За даними дослідження Digital, у січні 2023 року в Україні було 26,70 мільйонів користувачів соціальних мереж, що дорівнювало 74,0 відсоткам загального населення. В Україні на початку 2023 року Facebook мав 12,85 млн користувачів. На початку 2023 року YouTube мав 26,70 млн користувачів. Цифри, опубліковані в рекламних інструментах Meta, свідчать про те, що на початку 2023 року в Україні було 11,00 мільйонів користувачів Instagram[1]. Ці показники свідчать про високу активність українців у соціальних мережах, що перетворює їх з простої платформи спілкування на потужний інструмент формування громадської думки.

Соціальні мережі в сучасному інформаційному просторі займають важливу роль, тому що виступають не лише як платформа для комунікації, а як інструменти соціального впливу. Вони сприяють активізації громадської свідомості та залученню людей до суспільного життя, оскільки забезпечують швидкий доступ до інформації та можливість її обговорення.

Механізми впливу соціальних мереж на громадську думку:

1) Сучасні соціальні мережі використовують складні алгоритми для персоналізації контенту, через їхні вподобання та формує індивідуальну стрічку новин, що посилює вплив на користувача, адже він постійно «споживає» однаковий контент.

2) Однією з особливостей соціальних мереж є швидке поширення інформації, що безпосередньо має вплив на формування громадської думки. Тому що, існують репости, хештеги чи вірусні реклами за допомогою яких інформація за недовгий період часу може охоплювати мільйони людей.

3) Значний вплив у цьому процесі відіграє наявність лідерів думок та інфлюенсерів. Довіра до лідерів думок у соціальних мережах часто перевищує довіру до офіційних джерел інформації, що може впливати на сприйняття подій.

Також, одним з факторів формування громадської думки є можливість знайти спільноти з схожими інтересами, які можуть мати вплив на думки членів цієї спільноти.

Якщо поглянути на соціальні мережі з боку інформаційної безпеки, можна побачити, що вони відіграють подвійну роль. Тому що, з одного боку, вони можуть виступати джерелом поширення дезінформації та способами маніпуляції, з іншого боку вони можуть виступати ефективним інструментом протидії інформаційним загрозам. Часто фейкові новини поширюються значно швидше за правдиві повідомлення, що створює ризики для об'єктивного сприйняття реальності.

Отже, соціальні мережі стали важливим чинником впливу на сприйняття соціальної реальності, створюючи новий простір для формування громадської думки, трансформували процес формування громадської думки, створивши новий, більш динамічний. Проте, ця трансформація супроводжується значною кількістю викликів, пов'язаних із інформаційною безпекою, протидією маніпуляціям та необхідністю розвитку критичного мислення користувачів.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. DIGITAL 2023: Україна, 2023 Digital 2023: Україна — DataReportal – Global Digital Insights

**Огурна Марія**

студентка III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **СОЦІАЛЬНИЙ ДІАЛОГ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПАРТНЕРСТВА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРИ**

Соціальний діалог є фундаментальним механізмом забезпечення партнерства між державою, роботодавцями та працівниками, сприяючи соціальній стабільності, розвитку громадянського суспільства та інтеграції країн у європейський простір. У сучасних умовах цей інструмент стає невід'ємним елементом демократизації трудових відносин і гармонізації соціально-економічної політики.

У країнах Європейського Союзу соціальний діалог відіграє важливу роль у формуванні політики зайнятості, розробці соціальних стандартів та врегулюванні трудових відносин. Це підтверджується діяльністю Міжнародної організації праці (МОП), яка наголошує на важливості тристоронньої моделі взаємодії. В Україні соціальний діалог є одним із ключових напрямів адаптації до європейських норм, однак його ефективність стримується низкою структурних проблем, таких як недостатня репрезентативність профспілок, відсутність механізмів моніторингу виконання угод та низький рівень довіри між соціальними партнерами.

Розвиток ефективного соціального діалогу сприяє покращенню умов праці, підвищенню рівня соціального захисту та формуванню стабільного економічного середовища. Успішні моделі соціального партнерства в країнах ЄС демонструють, що активна взаємодія між роботодавцями, працівниками та урядом дозволяє запобігти соціальним конфліктам, підвищити продуктивність праці та створити сприятливий інвестиційний клімат. Європейський досвід свідчить, що соціальний діалог є дієвим механізмом узгодження інтересів сторін і запобігання трудовим конфліктам. Впровадження європейських стандартів у сфері соціального діалогу сприятиме гармонізації трудових відносин в Україні. Законодавча база України передбачає інституційні механізми для розвитку соціального діалогу, однак їх практичне застосування потребує вдосконалення.

Одним із ключових викликів для України є необхідність посилення правового регулювання соціального діалогу та забезпечення рівноправної участі всіх сторін. Впровадження механізмів громадського контролю та підвищення прозорості соціальних угод дозволить досягти більшої ефективності цього процесу. Крім того, важливим аспектом

є розвиток культури соціального діалогу, що включає підвищення рівня правової обізнаності працівників та роботодавців, формування довіри між сторонами та залучення громадських організацій до переговорного процесу.

З огляду на європейську інтеграцію України, подальший розвиток соціального діалогу є одним із важливих напрямів політики в сфері праці та соціального захисту. Впровадження найкращих практик ЄС, розширення участі громадянського суспільства та підвищення ефективності інституційних механізмів сприятимуть посиленню соціальної згуртованості та економічного зростання. Україна має можливість використати досвід європейських країн для створення ефективної системи соціального партнерства, яка забезпечить стійкий розвиток трудових відносин і підвищення соціальних стандартів.

Таким чином, соціальний діалог є ключовим інструментом забезпечення партнерства між державою, бізнесом та громадянським суспільством. Його подальший розвиток та адаптація до європейських стандартів сприятимуть підвищенню рівня соціального захисту, стабілізації трудових відносин та формуванню демократичних механізмів взаємодії в українському суспільстві.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Міжнародна організація праці. «Європейські стандарти соціального діалогу»: [https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed\\_dialogue/@dialogue/documents/publication/wcms\\_834982.pdf](https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@dialogue/documents/publication/wcms_834982.pdf)
2. Закон України «Про соціальний діалог України»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2862-17#Text>
3. Європейська комісія. «Рекомендації щодо розвитку соціального діалогу в Україні»: <https://uspp.ua/news/actual/2018/v-yes-pidpysaly-deklaratsiiu-pro-sotsialnyi-dialoh-dochoho-slid-prahnuty-ukraini>

**Окара Софія**

студентка V курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

### **ЗМІНИ У ПОЛІТИЧНІЙ ПОВЕДІНЦІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

Сучасний світ характеризується швидкими соціальними змінами, які значно впливають на політичну поведінку громадян. Цифровізація, глобалізація, економічні кризи, військові конфлікти та соціальні рухи є ключовими чинниками, що змінюють способи

політичної участі (*Головаха, 2023*). Політична поведінка сьогодні набуває нових форм, оскільки традиційні механізми залучення громадян до політики перестають бути ефективними. Усе більше громадян обирають альтернативні канали політичного впливу – від онлайн-петицій до масових протестів.

Метою роботи є аналіз сучасних тенденцій політичної поведінки в умовах соціальних трансформацій та виявлення основних факторів, що її визначають. Також важливо розглянути, як соціально-економічні зміни сприяють або, навпаки, стримують участь громадян у політичному житті.

Політична поведінка вивчається в межах соціології, політології та політичної психології. Вона визначається як сукупність дій і реакцій громадян, спрямованих на вплив або участь у політичних процесах (*Inglehart & Welzel, 2005*). У сучасних реаліях вона значною мірою залежить від соціальних і економічних умов, у яких перебуває суспільство.

Серед класичних підходів до вивчення політичної поведінки можна виділити:

- Біхевіористський підхід, який розглядає політичну поведінку як раціональну реакцію на стимули;
- Інституційний підхід, що наголошує на впливі політичних інститутів на поведінку громадян;
- Психологічні теорії, що пояснюють політичну участь через когнітивні процеси та ідентичність.

Сучасні дослідження наголошують на зростаючому впливі соціальних мереж на політичну мобілізацію, а також на зміні традиційних моделей голосування (*Castells, 2012; Putnam, 2000*).

Серед найбільш вагомих сучасних тенденцій трансформації політичної поведінки слід згадати діджиталізацію та вплив соціальних мереж. Інтернет в цілому та соціальні мережі зокрема значно змінили способи політичної участі, зробивши їх більш децентралізованими. Виборці отримують доступ до альтернативних джерел інформації, що сприяє формуванню "цифрових політичних спільнот" (*Sunstein, 2017*). Це також призводить до політичної поляризації, оскільки алгоритми соціальних мереж підсилюють ефект "інформаційних бульбашок".

З одного боку, соціальні мережі забезпечують швидкий доступ до інформації та дозволяють громадянам впливати на політичні рішення. З іншого боку, вони створюють ризик маніпуляцій та поширення фейкових новин, що може негативно впливати на суспільну довіру, викликати розгубленість та апатію в широких колах суспільства. Внаслідок цього в багатьох соціальних групах спостерігається повернення до традиційних

консервативних цінностей, і ми бачимо у сучасній політичній практиці посилення популістських течій у політиці та зростання підтримки консервативних політичних діячів.

Останні дослідження показують, що рівень довіри до більшості політичних інститутів знижується, особливо серед молоді (*Dalton, 2014*). Це спричиняє зростання протестних рухів та підтримку альтернативних політичних платформ. Необмежений потік інформації заважає більшості пересічних громадян сформувати виважену політичну позицію.

Важливим аспектом є також економічні фактори. Зниження рівня життя, зростання безробіття та нерівність стають ключовими причинами політичного невдоволення, що проявляється у радикалізації певних груп населення.

Набувають популярності молодіжні політичні рухи. Фальсифікації результатів виборів призводять до поступової втрати довіри електорату до офіційних установ. Молодь дедалі частіше відмовляється від традиційних форм участі, таких як голосування, на користь прямих дій — протестів, флешмобів, цифрових кампаній. Наприклад, рух Fridays for Future об'єднав мільйони молодих людей по всьому світу в боротьбі за кліматичну справедливість.

Помітним стає вплив глобальних процесів та криз. Серед глобальних криз найбільш впливовими є пандемія COVID-19, війни та економічні потрясіння. Ці кризові процеси формують нові моделі політичної поведінки. В періоди нестабільності громадяни схильні до радикалізації поглядів або, навпаки, до більшої підтримки державних структур (*Inglehart & Welzel, 2005*).

В теперішній час поступово втрачають значення традиційні теорії, які пояснюють політичну поведінку громадян. Сучасна політична поведінка трансформується під впливом соціальних змін, що проявляється в діджиталізації політичного процесу, зростанні поляризації, нових формах політичної участі та реакціях на глобальні кризи. Водночас політична активність усе більше залежить від економічних факторів та доступності ресурсів для участі в політичному житті.

Таким чином, соціальні трансформації не лише змінюють форми політичної участі, а й змушують політичні інституції адаптуватися до нових реалій. Це відкриває перспективи для подальших досліджень у сфері політичної поведінки та її зв'язку із соціально-економічними змінами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity.
2. Dalton, R. J. (2014). *The Good Citizen: How a Younger Generation is Reshaping American Politics*. CQ Press.
3. Головаха, Є. (2023). *Соціальні трансформації та політична культура*. Київ: Видавництво КНЕУ.
4. Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge University Press.
5. Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge University Press.
6. Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
7. Sunstein, C. R. (2017). *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.

**Остроушко Іван**

студент III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ ПІД ВПЛИВОМ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ: МАНПУЛЯЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ФОТОГРАФІЇ

Інформаційні технології вже давно стали частиною соціальної реальності людини в не залежності від її місцезнаходження. Процес розвитку даної сфери відбувається настільки швидко, що про сенсаційні новини, котрі відбуваються на іншому березі океану, стає відомо за лічені секунди, а спостерігати за будь якими подіями можливо в режимі реального часу. Спрощення у використанні, здешевлення у придбанні та зменшенні у розмірах засобу пошуку інформації призвело до популяризації соціальних мереж, котрі стали грати ключові ролі в глобалізації суспільства. Завдяки ним, люди бачать різні точки світу, знаходять спільні інтереси, що в свою чергу призводить до пошуку нових знайомств, обмінюються думками, займаються самоосвітою або просвітою інших, читають новини, діляться

особистими та глобальними проблемами. Одним словом – формують власний медіапростір, котрий знаходить свої відголоски в загальному.

Всі вищеперераховані дії в обов'язковому порядку супроводжуються публікаціями фото, відеоматеріалу. Вони являються основним підтвердженням людських суджень. Таким чином медіапростір стає заповненим світлинами, обравши для перегляду, котрі візуалізують тези, що описують їх. Але розвиток технологій призвів до появи штучного інтелекту, котрий спрощує пошук інформації людям. Під поняття «інформація» також підпадає і створення якісного зображення для візуального супроводу тексту. Сьогодні нам доступні технології, які ще кілька десятиліть тому можна було зустріти виключно на сторінках фантастичних книг. Все це здається дуже корисним та безпечним і в правильних руках так і є, однак ми рідко задумуємося про неочевидні загрози, які для нас несе штучний інтелект (ШІ) [1].

Інформаційна війна, котру веде росія проти України вже більше десяти років, діє за декількома напрямками: підрив довіри до військово-політичного керівництва, поширення панічних настроїв, зрив мобілізації та допомоги з боку партнерів [2]. З метою підриву довіри та поширення панічних настроїв був створений новий метод впливу на соціальну реальність індивіда через медіапростір – маніпуляція соціальної реальності за допомогою фотографії. Проблеми фотофейків мають вміти протидіяти насамперед люди та держава.

Не будемо вдаватись у визначення ШІ – перейдемо одразу до демонстративної частини. Приклад впливу ШІ на соціальне сприйняття людини буде продемонстрований в розрізі одного з резонансних напрямків соціальної реальності українців – історичній пам'яті. Необхідно нагадати дане визначення. За словами інтернет-сайту «Підтримка курсу з історії 5-6 клас», Історична пам'ять це сукупність знань та уявлень народу про минуле [3]. Вона є фундаментальним переліком історичних знань на базі котрих формується національна свідомість будь якої нації, тому вона є основним фактором утворення будь якої країни.

Ще з часів «Помаранчевої революції» українці почали відновлювати власну національну пам'ять. Під час повномасштабного російського вторгнення цей процес пришвидшився. За результатами соціологічного дослідження Київського Міжнародного Інституту соціології (КМІС) станом на січень 2023 року довіра до російських ЗМІ серед українців практично відсутня (1%) [4]. Було необхідним створення власного історичного контенту, котрий не мав нічого спільного з інтерпретацією агресора. Люди готові були повірити всьому що вказувало на жахи життя в під час російської та радянської окупації. На цій антипатії вирішили зіграти наші вороги.

За словами інтернет-видавництва «Хмарочос», соціальна мережа «Фейсбук» заповнили зображення згенеровані ШІ. Вони дослідили 125 сторінок, кожна з яких публікувала щонайменше 50 синтетичних зображень. Деякі сторінки ведуть одні й ті самі люди. Ці сторінки мають у середньому 146 тисяч підписників [5]. За словами інтернет-видання «Вікна», такі сторінки, котрі використовують один або більше разів, публікують неймовірно красиві зображення про військових, яких нібито ніхто не привітав з весіллям чи днем народження, з проханням відреагувати, поширити. Також це можуть бути відео. Наприклад, створене росіянами на початку повномасштабної війни з метою дезінформації та залякування українців. Цілями шахрайських сторінок є: спрямування користувачів до сайтів поза фейсбуком за допомогою тактики клікбейта, виманювати персональні дані, продавати неіснуючі товари, красти сторінки та штучно нарощувати кількість підписників, що також монетизується. Крім цього, за допомогою ШІ можна «відтворити» програми новин, логотипи та навіть голоси й обличчя ведучих [6]. Є випадки про прохання переслати кошти на картку людині на зображенні. Аналогічне зображення було висвітлено в контексті історичної пам'яті. Ніби-то стара, чорно-біла світлина з дописом «Як одягались школярі до приходу совітів!» подана як доказ соціальної реальності побуту певної історичної пори, але придивившись уважніше в очі кинуться однакові обличчя дітей, дивна побудова школи на задньому плані, а також різноманітність вікон даної школи. Зображення було згенероване ШІ, на нього був накладений відповідного кольору фільтр і воно було викладено в мережу. Пересічна людина даних проблем не помітить, тому зробить репост і принесе першоджерелу популярність та визнання. Визнання людиною даного зображення правдивим та довіра до подібного роду зображень і тез, написаних під ними, є проблемою національного значення. Адже таким чином відбувається маніпуляція не лише емоціями, а й національною пам'яттю. Таким чином наш противник створює аудиторію для своїх наративів методом створення довіри до подібних першоджерел, подібні канали котрі рано чи пізно перефарбують свої прапорці на аватарках.

Як людям захиститись від даних маніпуляцій? На даний момент існує три способи. Перший – перестати користуватись соціальними мережами та відвідувати їх за необхідністю; Другий – бути уважними до опису та дрібниць на зображенні. Світлини згенеровані ШІ відрізняються від реальних фотографій яскравістю та ідеальністю. Необхідно звернути увагу на кінцівки, постановку тіні, волосся, аномалії голови [6]; Третій – реагувати на офіційні джерела та донатити лише відомим особистостям. Не реагувати на повідомлення імпульсивного характеру, нахшталт вищесказаної тези. На мою думку, в нинішній ситуації політичної нестабільності, «втому від війни», необхідно надати подібним зображенням та їх джерелам не лише соціального, але й політичного значення, адже

формування національної свідомості українців формується завдяки схожим, за змістом, світлинам та гучними тезами до них. Не дивлячись на те що менше половини респондентів соціологічного дослідження КМІС виявили своє погодження з приводу введення цензури (44%) [7] , на мою думку, її використання необхідно збільшити, тому що поки люди створюють аудиторію подібним каналам, ситуація буде дестабілізуватись.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 24 канал «Подвійне обличчя штучного інтелекту: неочевидні загрози для людства» (Копилов) [https://24tv.ua/tech/neochevidni-zagrozi-shtuchnogo-intelektu-pro-yakimi-ne-zvikli\\_n2494654](https://24tv.ua/tech/neochevidni-zagrozi-shtuchnogo-intelektu-pro-yakimi-ne-zvikli_n2494654);
2. Укрінформ «У розвідці й СБУ розповіли, за якими напрямками Росія веде інформаційну війну проти України» <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3827174-u-rozvidci-j-sbu-rozpovili-za-akimi-napramami-rosia-vede-informacijnu-vijnu-proti-ukraini.html>;
3. Підтримка курсу з історії 5-6 клас. «Історична пам'ять» (П. В. Мороз, І. В. Мороз) <https://sites.google.com/view/history5-6/%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF/1/V-2-3>;
4. Детектор медіа «Результати опитування Київського міжнародного інституту соціології, проведеного 4 – 27 грудня 2022 року» (Мельник) <https://detector.media/infospace/article/206978/2023-01-13-kmis-ukrainski-zmi-u-2022-mu-perelamaly-negatyvnyu-balans-doviry-ukrainsiv/>;
5. Хмарочос «Фейсбук заповнили згенеровані ШІ зображення. Як ними користуються шахраї?» (Стасюк) <https://hmarochos.kiev.ua/2024/10/02/fejsbuk-zapolonyly-zgenerovani-shi-zobrazhennya-yak-nymy-korystuyutsya-shahrayi-foto/>;
6. Вікна «Як відрізнити ШІ-фото від справжніх і в чому їхня небезпека для користувачів» (Грубрина) <https://vikna.tv/dlia-tebe/bezpeka/yak-rozpoznaty-foto-zroblene-shtuchnym-intelektom/>;
7. РБК-Україна «Українці змінили ставлення до цензури в інтернеті під час війни» (Білоус) <https://www.rbc.ua/rus/news/ukrayintsi-zminili-stavlennya-tsenzuri-interneti-1709627440.html>.

## **СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДУ У МЕДІАПРОСТОРІ**

У сучасному світі брендова ідентичність відіграє ключову роль у взаємодії компанії із споживачами. В умовах сучасного динамічного медіапростору, де споживачі щодня стикаються з великою кількістю, інформаційного, розважального та рекламного контенту формування впізнаваного та виразного іміджу стає просто необхідністю для виживання бренду. Сьогодні людина за день може споживати більше тисячі рекламних повідомлень, в яких кожна компанія, намагається продати свій товар або послугу, поділитись своїми цінностями бренду та створити позитивний імідж, на який споживач контенту витратить не більше 3 секунд своєї уваги. Тому так важливо ґрунтовно підходити до формування ідентичності бренду в медіапросторі.

Формування брендової ідентичності – це не лише набір маркетингових інструментів, це процес який ґрунтується на соціологічних підходах, який тісно пов'язаний із механізмами конструювання реальності, символічною взаємодією та колективними уявленнями про бренд. Дослідження цього процесу через соціологічну призму дозволяють нам зрозуміти, як аудиторія інтерпретує бренд, які соціальні чинники впливають на його сприйняття та які підходи можуть зробити певний бренд впізнаваним не тільки в фізичному, а й в медіапросторі. Метою даної роботи є аналіз соціологічних аспектів формування брендової ідентичності в медіапросторі на основі теоретичних підходів та реальних кейсів. Зокрема, будуть розглянуті питання взаємодії бренду та його цільової аудиторії, механізми побудови довіри через соціальні мережі, а також вплив візуальної та змістовної складової на сприйняття бренду.

Формування ідентичності бренду є складним процесом, що відбувається на перетині маркетингових стратегій та соціальних механізмів взаємодії. Ідентичність бренду включає набір характеристик, які визначають, як компанія хоче, щоб її сприймали споживачі. Водночас у процесі комунікації формується імідж бренду – реальне уявлення про нього в суспільстві. Існують різні підходи та визначення терміну ідентичності бренду. З точки зору маркетингу «Ідентичність бренду складається з різних елементів брендингу, таких як назва компанії, логотип, візуальні елементи, мова та тон голосу. Він також описує спосіб

взаємодії бренду зі споживачами через різні канали, такі як веб-сайт, соціальні мережі та електронна пошта.» (Investopedia, 2025). Ж.-Н. Капферер розкриває поняття ідентичності бренду як певний набір символів. «Фізичні дані - зовнішній вигляд товару і його фізичні особливості. Індивідуальність - опис характерних особливостей бренду в категоріях особистісних рис. Культура, до якої відноситься образ країни бренду, історія компанії або товару, традиції. Взаємовідносини - певний тип взаємодій між споживачем і брендом. Відображення - як хоче виглядати споживач у сприйнятті інших? Передумовою для виникнення даного елемента є концепція символічного інтеракціонізму, засновником якої по праву вважається Ч. Кулі. Самообразу - що думає і відчуває споживач і як він ідентифікує себе при використанні бренду. Суть бренду - це головна ідея бренду, що надає йому унікальну цінність, яка є глибоко значущою для певної цільової аудиторії і яка диференціює бренд від конкурентів» (Stud.com.ua, 2025). З точки зору символічного інтеракціонізму, індивідуальність бренду є частиною соціальної ідентичності споживачів «Символічне значення продуктів суттєво впливає на вибір споживачів. Вони купують товари не лише для використання, а й для демонстрації певних соціальних послань іншим. Якщо розглядати це через призму теорії символічного інтеракціонізму, то використання брендovих речей стає способом самовираження саме завдяки їхній символічній цінності. У цьому контексті символічний інтеракціонізм, як підхід, що протиставляється позитивістському погляду, зосереджується на активному й усвідомленому формуванні ідентичності, розглядаючи її як центральний елемент свого підходу» (Kapferer, 2014, с. 3–4). Таким чином, формування ідентичності бренду є не лише маркетинговим завданням, а й соціальним процесом, у якому відображається взаємодія бренду та споживачів. З теоретичних моделей можна зробити висновок, що бренд стає частиною особистості споживачів, відображаючи їхні цінності, прагнення та соціальний статус. Проте для кращого розуміння цього явища варто звернутися до практичних кейсів, які ілюструють, як компанії створюють та розвивають ідентичність своїх брендів у реальному світі.

Отже, створення ідентичності бренду є багатогранним процесом, що існує на перетині декількох наук, поєднуючі як маркетингові стратегії так і соціальні механізми взаємодії. Брендova ідентичність не лише визначає, як компанія хоче, щоб її сприймали, а й формується в результаті соціальної взаємодії, де в свою чергу, важливу роль відіграють колективні уявлення, символічні значення, а також особисте ставлення споживачів до бренду. Аналіз теоретичних підходів, зокрема концепцій Ж.-Н. Капферера та теорії символічного інтеракціонізму, демонструє, що ідентичність бренду є не лише сукупністю візуальних і комунікаційних елементів, а й глибоким соціокультурним феноменом. Для компаній важливо не лише створювати якісний продукт, а й активно будувати емоційний

зв'язок із цільовою аудиторією, що забезпечує довготривалу довіру та лояльність до бренду.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Brand Identity. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/brand-identity.asp> (дата звернення: 17.02.2025).
2. Психологічні характеристики бренду. Stud.com.ua. URL: [https://stud.com.ua/52866/psihologiya/psihologichni\\_harakteristiki\\_brendu#google\\_vignette](https://stud.com.ua/52866/psihologiya/psihologichni_harakteristiki_brendu#google_vignette) (дата звернення: 17.02.2025).
3. Kapferer J.-N. The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. International Journal of Economics, Commerce and Management, Vol. II, Issue 10, 2014, pp. 3–4. URL: <https://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2014/10/21012.pdf> (дата звернення: 18.02.2025).

**Побережна Катерина**

*Хмельницький кооперативний  
торговельно-економічний інститут, Україна*

### МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Ключовою частиною суспільних трансформацій є розвиток медіакомунікацій та їх інтеграція в сучасну систему соціальних комунікацій. Зростаюча роль цифрових технологій і соціальних медіа в повсюдному житті впливає на те, як люди взаємодіють, діляться та формують свої світогляди. Це відбувається в усіх сферах суспільного життя, від особистих розмов до дискусій про політику та культуру.

У сучасному інформаційному просторі медіакомунікації важливо не тільки для передачі інформації, але й для зміни того, як люди бачать і оцінюють інформацію. Це включає зміну взаємодії між людьми, вплив на суспільну думку та також вплив на політику. Вплив цих змін на здатність критично мислити є особливо у контексті інформаційного перенасичення.

Крім того, швидкий розвиток нових медіа породжує нові етичні та правові проблеми. Розробка нових методів контролю цифрового простору, забезпечення прозорості інформаційних потоків і захисту особистих даних є необхідною.

Таким чином, дослідження медіакомунікацій у рамках системи соціальних комунікацій є успішним завдяки необхідності розуміння цих глибоких та швидких змін, які мають значні наслідки як для суспільства, так і для індивідів.

Такі дослідники, як К. Шендеровський, А. Черних, А. Баранецька, О. Шапінська та В. Різун зробили значний внесок у дослідження медіакомунікацій, як окремого аспекту соціокультурного обміну. В. Конах, Л. Василик, і Г. Остапенко підкреслюють важливість розгляду проблеми формування медійного простору, а також особливостей крос-медійного функціонування. Крім того, багато вчених досліджували розвиток соціальних мереж і моделей комунікації, серед них: В. Іноземцев, С. Дука, С. Афанасьєв, П. Дойль і С. Блек. Їхні наукові дослідження допомагають нам краще зрозуміти, як медіа впливають на суспільні процеси.

У сучасному світі, який характеризується постійною інформатизацією, вона стає важливою частиною щоденного життя людей. Цей процес посилюється зростанням доступу до інформації завдяки розвитку цифрових технологій та Інтернету, створюючи нові комунікативні простори.

Різноманітні сфери людської діяльності охоплюються комунікацією, яка є складним і різноманітним явищем. Багато людей дають інше визначення цього поняття залежно від контексту. В. Іванов розглядає різні терміни тлумачення у своїх дослідженні феномену комунікації, позначаючи, що вона універсальна і не має однозначного визначення. Вчений звертає увагу на тенденцію у трактуванні концепції комунікації, яка іноді обмежується лише каналом або засобом спілкування, а іноді надто розширюється, охоплюючи всі види взаємозв'язків між природою та суспільством. В. Іванов вважає ці розбіжності закономірними, оскільки кожна наукова галузь має свій унікальний об'єкт дослідження та, відповідно, свій погляд на це явище (Іванов, 2002, с. 131).

В. Різун, відомий дослідник, описує концепцію комунікації, виділяючи кілька основних компонентів, які її формують, наприклад: бажання спілкуватися між людьми з різних соціальних груп або суспільства в цілому; встановлення зв'язків між учасниками на основі духовних, професійних або інших цінностей; вплив соціально-психологічних обставин на процес спілкування, і включення інтелектуальних та емоційних компонентів у процес обміну інформацією тощо (Різун, 2001, с. 21).

Важливим є дослідження поняття «медіакомунікацій» К. Шендеровський, який стверджує, що медіакомунікації — важлива частина соціальних комунікацій та виконують соціальні функції. Він пропонує переорієнтацію сучасних медіакомунікацій від п'яти «С» (сенсація, скандал, смерть, страх, секс) до трьох «Д» (добро, допомога, довіра). Він бачить перспективу розвитку соціально значущої журналістики, яка займе своє місце в

медіакомунікаціях, допомагаючи вирішувати важливі проблеми, які хвилюють суспільство. Вчений підкреслює, що соціальні мережі є місцем залучення людей до вирішення соціальних проблем (Шендеровський, 2012, с. 10).

Розглядаючи термін «медіакомунікація», важливо пам'ятати, що вона походить від двох латинських слів: «медіа» (засіб, спосіб) — і «комунікація» (спілкування) (Баранецька, 2014, с. 10).

Досить багато дослідників підкреслюють, що засоби масової комунікації є особливими способами спілкування. Вони кажуть, що це особливий тип духовного обміну, під час якого групи людей підтримують соціальні знання. Це відбувається у більш широкому соціальному контексті за допомогою спеціалізованих організацій і технічних засобів, які займаються збором, обробкою та розповсюдженням інформації (Москаленко, 1999, с. 103).

Сьогодні постійно розвиваються нові комунікаційні системи по всьому світу, які включають інтерактивні комунікаційні технології та цифрові засоби передачі інформації. Володіючи характеристиками соціального інституту, Інтернет — став важливою частиною комунікаційних взаємодій сучасного суспільства та дійсно важливу роль у формуванні його комунікативних дій.

Таким чином, через розвиток і вплив соціальних мереж, медіа мають важливу роль у сучасному суспільстві. Так, Facebook є однією з найпопулярніших соціальних мереж, яка дозволяє людям створювати особисті сторінки, ділитися фотографіями та відеозаписами, взаємодіяти через повідомлення та створювати спільноти. Ця мережа, одна з найвідоміших у світі, суттєво впливає на глобальний діалог.

Instagram — ще одна популярна соціальна мережа, яка зосереджена на видимому контенті, дозволяючи користувачам створювати та ділитися фотографіями та відео. Ця платформа стала першим майданчиком для маркетингу, залучення блогерів і розробки нових тенденцій. Twitter, додаткова платформа для мікроблогінгу, дозволяє користувачам опублікувати короткі повідомлення, які є меншими для швидкого обміну інформацією та громадського обговорення актуальних питань.

Волонтерська діяльність, організована через соціальні мережі, є одним із яскравих прикладів. Люди об'єднуються, щоб допомогти дітям, які хворіють, військовим і потребуючим. Соціальні мережі також служать платформою для розголошення злочинної діяльності, пошуку винуватців ДТП, виявлення аморальних вчинків і шахрайства тощо.

Таким чином, сучасний світ спостерігає стрімкий розвиток інформаційних технологій, які впливають на кожен аспект людського життя. У цьому контексті медіакомунікації є важливою частиною системи соціальних комунікацій. Вони стосуються

того, як інформація передається, обмінюється та створюється через інші види медіа-ресурсів, таких як телебачення, радіо, преса, Інтернет і соціальні мережі.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранецька А.Д. Медіакомунікація як специфічний вид соціокультурної взаємодії: до теорії питання. *Держава і регіони*. 2014. № 1-2. С. 10–14.
2. Іванов В. Ф. Масова комунікація як соціальне явище. *Наукові записки Інституту журналістики Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка*. 2002. № 6. С. 129–139.
3. Москаленко А.З. Основи масово-інформаційної діяльності: підручник. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 1999. 634 с.
4. Різун В. Основи масового спілкування як духовного єднання і порозуміння. *Вісник Львівського університету*. 2001. Вип. 21. С. 20–25.
5. Шендеровський К.С. Медіакомунікації та соціальні проблеми: збірка навч.-метод. матеріалів і наук. статей у трьох частинах. Частина перша. Київ: б/в, 2012. 288 с.

**Revenko Iryna**

3rd-year student majoring in Sociology,  
Faculty of Personnel Management,  
Sociology and Psychology  
Kyiv National Economic University  
named after V. Hetman, Ukraine

### THE INFLUENCE OF GAME THEORY ON THE PERCEPTION OF INTERPERSONAL COMMUNICATION

The relevance of this topic stems from the inherent complexity of communication processes and interactions in contemporary society. In the context of the information society and digitalisation, understanding the mechanisms of decision-making and strategic behaviour in communication has become particularly significant. When applied to social communications, game theory serves as a powerful analytical tool for comprehending and optimising interactions between individuals, groups, and societies. It enables the identification of hidden mechanisms that govern human behaviour in various contexts, ranging from interpersonal relationships to global conflicts.

Traditionally, the study of communication through the lens of game theory has been approached in two key directions: in relation to language in general or within specific

communicative situations. The former approach naturally integrates insights from evolutionary game theory as a basis for examining linguistic changes over time. The latter approach, on the other hand, utilises game theory to explain why individuals often resort to indirect communication and ambiguity in certain contexts.

Interpersonal communication forms the foundation of human relationships and can be conceptualised as a 'game' involving two or more participants, each with their own objectives, constraints, and expectations. In this regard, game theory helps elucidate how individuals choose their communicative strategies (e.g., openness versus concealment, trust versus suspicion) in response to the anticipated actions of others. Two key game-theoretic dilemmas—'*The Prisoner's Dilemma*' and '*The Volunteer's Dilemma*'—offer valuable insights into interpersonal communication.

Applying the Prisoner's Dilemma to interpersonal relationships highlights how mechanisms of distrust and fear can lead to unwarranted aggression and destructive outcomes. This dilemma revolves around the choice between cooperation and betrayal, illustrating how the fear of being deceived may prevent collaboration and trust, even when mutual cooperation would be beneficial. In relationships, individuals often prioritise self-protection, sometimes at the expense of the relationship itself. Defence mechanisms may be employed to control the other party, creating psychological barriers that shield individuals from perceived risks. The dilemma of mistrust is further intensified by the fear of losing control and the reluctance to become vulnerable. Consequently, mistrust erodes communication and the mutual exchange of social values, leading to perceptions of the relationship as inherently risky. This can result in antagonism and defensive behaviour, where individuals attempt to mitigate perceived threats by seeking control over the situation.

The Volunteer's Dilemma arises when a group of individuals expects someone to assume responsibility for a particular task or contribute to a collective goal. If no one volunteers, the collective interest remains unfulfilled, leading to the worst possible outcome. This situation often results in inaction, as individuals tend to wait for others to take the first step, thereby creating the risk of collective failure (Neumann, 2021). Moreover, it is crucial to acknowledge that individuals possess unique frameworks for assessing the social value they derive from relationships. These subjective evaluations may differ significantly between individuals, yet they play a decisive role in shaping interpersonal interactions. The so-called 'anti-golden rule'—'as I do unto others, so shall others do unto me'—frequently fails to account for these differences, leading to misaligned expectations and potential conflict.

Thus, in the context of interpersonal communication, game theory provides valuable insights into how individuals make decisions based on the anticipated actions and reactions of

others. It is particularly useful for analysing situations where one person's actions influence another's outcomes, shaping both cooperative and adversarial dynamics. Beyond enhancing our understanding of social processes, game theory also offers practical tools for improving communication and conflict resolution. It is a vital component of modern scientific inquiry, with applications extending across various disciplines, including politics, economics, sociology, and psychology. By integrating game theory into communication studies, we can foster more equitable, effective, and sustainable interactions in both personal and societal contexts.

## LIST OF REFERENCES

1. Concept Of The Game Theory – John Von Neumann. Communication Theory. URL: Concept Of The Game Theory – John Von Neumann
2. Game Theory: Real-Life Examples and Applications. Christophe Garon. URL: Game Theory: Real-Life Examples and Applications - Christophe Garon
3. Rationales for indirect speech: The theory of the strategic speaker. APA PsycNet. By Lee, James J.,Pinker, Steven Psychological Review, Vol 117(3), Jul 2010, 785-807. URL: Rationales for indirect speech: the theory of the strategic speaker - PubMed
4. Watzlawick P., Bavelas J. B., Jackson D. D. Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes. – WW Norton & Company, 2011.URL: <https://comm163v.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/01/bavelas.pdf>

**Салтицька Олександра**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## СУЧАСНИЙ СТАН СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Суспільне мовлення відіграє ключову роль у формуванні демократичного інформаційного простору та сприяє забезпеченню доступу громадян до незалежних, неупереджених і суспільно значущих новин. В Україні процес створення суспільного мовника тривав кілька десятиліть, однак реальна трансформація державного телебачення в суспільне почалася лише після Революції Гідності з ухваленням Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення» у 2014 році. Відповідно до цього закону, суспільний мовник мав стати незалежною організацією, що фінансується державою, але не

підпорядковується уряду чи комерційним структурам. У 2017 році була створена Національна суспільна телерадіокомпанія України (НСТУ) на базі державних телерадіокомпаній. До складу НСТУ увійшли телеканал «UA:Перший», суспільні радіостанції та їх регіональні філії. Головними принципами роботи стали незалежність від політичного впливу, прозорість у фінансуванні та орієнтація на суспільно значущий контент.

Попри офіційні гарантії фінансування, реальність виявилася складнішою: суспільний мовник не отримує необхідних коштів у повному обсязі. Закон передбачав, що НСТУ має фінансуватися на рівні 0,2% від держбюджету, але фактично ця сума щороку зменшується через бюджетні обмеження. Зрозуміло, що недостатнє фінансування спричиняє низку проблем, які впливають на стан вітчизняного суспільного мовлення. Основні з них, оптимізація технічного обладнання (нестача коштів унеможливорює модернізацію обладнання, покращення якості мовлення та впровадження цифрових технологій), скорочення контенту (брак ресурсів впливає на кількість нових програм, зокрема освітнього, просвітницького та культурного спрямування, зменшення аудиторії (через фінансові труднощі суспільному мовнику важко конкурувати з комерційними каналами, які пропонують більш розважальний контент). Якщо говорити про особливість контенту то, виходячи з однієї з головних цілей Суспільного мовлення - надання якісного, неупередженого та освітнього контенту, то у порівнянні з приватними медіа, НСТУ приділяє більше уваги аналітичним програмам, суспільно важливим темам та культурним проєктам.

Попри ці виклики, суспільне мовлення залишається важливою частиною українського інформаційного простору, адже воно забезпечує баланс між комерційними інтересами медіа та суспільною відповідальністю. Так, рівень довіри до новин Суспільного зріс до 80%; контент Суспільного переглянуто 1,47 млрд разів; підписки у соціальних мережах досягли 13,5 млн, 65% з яких – регіональні сторінки; місячна аудиторія сайту – 3,3 млн користувачів (14,6 млн переглядів). Важливим здобутком для Суспільного став розвиток дитячого мовлення. YouTube-канал для дітей «Бробакс» має понад 100 тис. підписників, а кількість переглядів сумарно зросла до 39 млн. Розпочато роботу над сайтом та застосунком дитячого активу «Бробакс». Зрозуміло, що ефективний розвиток суспільного мовника залежить від стабільного державного фінансування відповідно до міжнародних стандартів, розширення цифрових платформ, збільшення взаємодії із громадськістю, залучаючи глядачів до обговорень важливих суспільних тем, впровадження нових форматів контенту, які будуть цікаві молодіжній аудиторії. Однак, НСТУ довела свою спроможність. Навіть в умовах війни проводить свою роботу, щоб і надалі відповідати

і захищати журналістські стандарти та свободу слова. Також Суспільний мовник вкотре довів свою роль не лише як джерело якісної інформації, а й як інституція, яка вміє адаптуватися до викликів часу та зберігати довіру аудиторії.

Отже, Суспільне мовлення в Україні пройшло складний шлях реформування, але досі стикається з низкою проблем, серед яких фінансова нестабільність та конкуренція з боку приватних медіа. Попри це, воно залишається важливим інструментом демократії та свободи слова. Для подальшого розвитку необхідна підтримка з боку держави, громадянського суспільства та міжнародних партнерів.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Про Суспільне телебачення і радіомовлення України: Закон України від 17 квітня 2014 року № 1227-18-вр. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 27
2. Суспільне є вдалим прикладом трансформації державного медіа. 26.04.2024. Електронний ресурс. <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3857010-suspilne-e-vdalim-prikladom-transformacii-derzavnogo-media-predstavnik-re.html>
3. Суспільне мовлення під час війни: виклики та перспективи розвитку. 12.02.2025. Електронний ресурс. <https://webportal.nrada.gov.ua/suspilne-movlennya-pid-chas-vijny-vyklyky-ta-perspektyvy-rozvytku/>

**Семірненко Каталіна**

аспірантка 2 року навчання за спеціальністю «Соціологія»,  
соціологічний факультет  
*Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна, Україна*

**Дурнів Олександр**

аспірант 1 року навчання за спеціальністю «Соціологія»,  
соціологічний факультет  
*Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна, Україна*

### **ПІДОЗРЮВАНИЙ У ВБИВСТВІ ІНТЕРНЕТ-МЕМУ:**

### **СИМВОЛІЧНА БОРОТЬБА В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ**

Інтернет-меми стали важливим елементом цифрової культури, формуючи нові механізми соціальної комунікації. Вони не лише є засобом самовираження, а й важливим інструментом політичного та культурного впливу. В умовах сучасної глобалізації та диджиталізації, інтернет-меми набувають все більшої значущості в контексті символічної боротьби – боротьби за визначення суспільних наративів, значень і, в кінцевому рахунку,

за контроль над інформаційними потоками. (відповідно до П. Бурдьє, метою символічної боротьби є монополія легітимної номінації як офіційного легітимного бачення соціального світу) (Bourdieu, 1984). Зокрема процес зникнення чи «вбивства» інтернет-мему є важливим для розуміння того, як медіа-простір і інформаційні технології створюють нові способи маніпуляцій та формують політичні стратегії. Саме це й буде описано у цій роботі.

Ми розуміємо, що нам, як дослідникам, не потрібно впадати в абсолютизацію, дивитись на кожен інтернет-мем як політехнічний механізм або стверджувати, що усе (від)творення влади в інтернеті відбувається лише завдяки інтернет-мемам. Використання інтернет-мемів у символічній боротьбі супроводжується також іншими механізмами й практиками впливу та нав'язування, які можливі як у інтернет-просторі, так й у реальному житті. Однак у цій роботі ми будемо зосереджуватись саме на інтернет-мемах.

Під інтернет-мемом слід розуміти вмістилище ідей та смислів, які передаються від автора до реципієнта (таким же, як й книга, відеоролик або музика). Це вмістилище має певні властивості, які вказують нам на його природу та способи функціонування, а саме: контекстуальність, інтертекстуальність та схематичність (Дурнєв, Литовченко, 2024). Такі властивості породжують особливий стан, при якому використання інтернет-мемів у символічній боротьбі вбачається ефективним:

1. Швидкий потік інформації (інтернет-мем здатен не лише передавати інформацію швидким чином, але й створювати масовий інформаційний потік, який здатен «змивати» у інформаційному полі інші інструменти символічної боротьби).

2. Можливість створення інформаційного вакууму (омиваючи інформаційний простір, інтернет-меми здатні створювати певні закриті групи, передача інформації в яких буде зацикленою та одноманітною).

3. Розділення «своїх» та «чужих» (контекстуальність та інтертекстуальність інтернет-мемів впливають на те, що їх трактування може бути ускладненим, через що «розуміння» інтернет-мемів стає одним з критеріїв розділення на «своїх» та «чужих»).

4. Перевага образів під час процесу сприйняття (першочергове сприйняття форми та другорядний характер змісту дає змогу інтернет-мему проваджувати смисли ефективним чином, адже їх деконструкція стає складнішою).

Процес зникнення інтернет-мему, як одна із стратегій символічної боротьби, можна представити через дві основні форми: «автономне забуття» та «примусова деконструкція». Автономне забуття описує самовільне зникнення інтернет-мему через його культурну деградацію та деактуалізацію. Це явище можна трактувати через призму теорії соціальної практики П. Бурдьє, де інтернет-меми, подібно до символічних форм культурних практик, мають обмежений життєвий цикл і відмирають природно, коли втрачають свій соціальний

капітал. (Bourdieu, 1984) Таким чином, втрата інтересу або застарілість контенту слід розглядати як частину своєрідної культурної інерції – процесу, коли культурні продукти, що більше не відповідають поточним соціальним умовам, стають маргінальними або зникають.

З іншого боку, примусова деконструкція означає насильницьке втручання в існування інтернет-мему, яке призводить до його видалення з публічного дискурсу або трансформації через політичні чи соціальні фактори. Цей процес можна розглядати в контексті концепції символічного насильства (нав'язування значень, символів або символічних систем та їхня легітимація, направлені на встановлення та відтворення гегемонії) (Бойко, 2019). Відтак, «вбивство» інтернет-мему у такому випадку можна трактувати як насильницьке видалення або переробку певних ідей, що суперечать домінуючому політичному чи культурному порядку.

Таке насильницьке «вбивство» інтернет-мему може бути частиною боротьби за контроль над інформаційними потоками. У цьому контексті особливо важливим є поняття платформеного капіталізму Ш. Зубофф, яка описує, як медіаплатформи не лише монетизують інформацію, а й активно регулюють її видимість і поширення через алгоритмічні фільтри (Zuboff, 2019) Відтак, примусова деконструкція може здійснюватися платформами через автоматизовану цензуру, де інтернет-меми, що не відповідають політичним або економічним інтересам, просто блокуються або приховуються від користувачів.

Згідно з концепцією інформаційного суверенітету, що описує контроль держав або корпорацій над інформаційними потоками (Zuboff, 2019), можна побачити, як процес «вбивства» інтернет-мему через примусову деконструкцію стає частиною боротьби за контроль над інформацією в глобальному масштабі. Одна з можливих форм такої боротьби – це платформна цензура, що активно застосовується медіа-платформами для обмеження обігу контенту, який суперечить політичним або корпоративним інтересам. Так, наприклад, на президентських виборах у 2016 році в США, інтернет-меми, що критикували політику Дональда Трампа, регулярно блокувалися або обмежувалися на платформах таких, як Facebook і Twitter, в рамках політики протидії «фальшивим новинам» або «непотрібному контенту». Це демонструє, як інтернет-меми, що ставлять під сумнів існуючі політичні порядки, можуть бути «вбиті» через технічні і соціальні інструменти, що обмежують їх поширення (Enli, 2016).

Таким чином, процес «вбивства» інтернет-мему можна розглядати як частину більш глибокої символічної боротьби за домінування в культурному просторі. Інтернет-меми, будучи важливими елементами цифрової культури, здатні надавати значення політичним,

соціальним та культурним явищам, змінювати колективну свідомість і навіть виступати інструментами опору, формуючи світогляд реципієнтів. Влада, яка прагне зберегти певний порядок або досягти потрібного рівня легітимності, через культурну гегемонію та технологічні інструменти здійснює контроль над інтернет-мемами, «вбиваючи» їх або змінюючи їх значення в рамках більш широкої боротьби за символічні ресурси.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Bourdieu P. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London : Routledge & Kegan Paul, 1984. 613 p.
2. Bourdieu P. *Espace social et genèse des "classes"*. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 1984. Vol. 52, no. 1. P. 3–14. URL: <https://doi.org/10.3406/arss.1984.3327> (date of access: 18.02.2025).
3. Enli G. *Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election*. *European journal of communication*. 2017. Vol. 32, no. 1. P. 50–61. URL: <https://doi.org/10.1177/0267323116682802> (date of access: 18.02.2025).
4. Zuboff S. *Age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs, 2019.
5. Бойко Д. М. *Речі в інструментарії символічного насильства в постсучасному суспільстві : дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.01*. Харків, 2019. 223 с.
6. Дурнев О., Литовченко А. *Соціологічна дефініція поняття «інтернет-мем»: подалі від «мему»*. *Sociological studios*. 2024. № 1(24). С. 13–20. URL: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2024-01-12-12> (дата звернення: 18.02.2025).

**Хайрулін Дмитро**

студент IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

### **ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА ЯК ЧИННИК ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ВИБОРУ**

Актуальність дослідження. З моменту проголошення незалежності України, сучасний інформаційний простір зазнавав значного впливу регіональних медіа, які не лише формували суспільну думку, але й впливали на політичні вподобання громадян. В умовах демократизації та зростання політичної конкуренції, дослідження інформаційної політики

регіональних медіа набуває особливої значущості. Адже саме вони можуть як сприяти об'єктивному інформуванню потенційних виборців, так і маніпулювати громадською думкою на користь певних кандидатів або політичних сил.

Об'єктом дослідження виступає інформаційна політика регіональних засобів масової інформації (на прикладі районної газети «Миронівський край»). Предметом дослідження – механізми впливу регіональних медіа на думки та позиції аудиторії.

Завдання дослідження полягають у аналізі підходів до інформаційної політики регіональних медіа, виявленні основних механізмів впливу регіональних медіа на електоральну поведінку виборців на конкретних прикладах із друкованого медіа «Миронівський Край», а також дослідженні рівня маніпулятивних технологій у передвиборчий період у регіональних медіа.

Під час написання роботи було опрацьовано роботи науковців І. Фарафонової [8], Н. Приймаченко [7], Н. Дубовика [3] на предмет теоретичних досліджень інформаційної політики медіа під час виборів, матеріали газети «Миронівський край» на предмет висвітлення діяльності кандидата у народні депутати Олександра Онищенка.

Під час проведення виборчих кампаній політична комунікація, зокрема і через засоби мас-медіа, дозволяє як відстежувати інформацію, так і вести діалоги між кандидатами (або політичними партіями) та виборцями. Таким чином, можна здійснювати вплив на думки електорату та поведінку виборців. Остаточною метою кандидата та його групи підтримки є вплив на громадян через ЗМІ для перемоги у виборчій кампанії [8, с. 90].

Використання медіа як інструменту впливу на аудиторію є не випадковим. У масі людина відчуває власну ідентичність із іншими, індивідуальна свідомість найчастіше відсутня, а у політичному плані діє фактор стереотипів за груповим принципом тотожності думки [3, с. 24]. Саме таким стереотипним підходом найчастіше користуються медіа.

Також однією з характерних рис інформаційних стратегій політичних сил або кандидатів у національних виборчих кампаніях є підкреслено іміджевий характер повідомлень у медіа. Спрямованість матеріалів направлена не на донесення до виборця певних ідеологічних цінностей або програмних засад, а на формування позитивного іміджу з одночасним створенням негативного іміджу політичних конкурентів [7, с. 146].

Аналізуючи матеріали газети «Миронівський край» на предмет висвітлення діяльності кандидата в народні депутати від 93 одномандатного виборчого округу Олександра Онищенка в 2012 році, можна відзначити активне використання технологій формування позитивного іміджу. Протягом усієї передвиборчої кампанії газета неодноразово підкреслювала внесок кандидата у розвиток району, а також його активну діяльність як депутата Київської обласної ради.

Для ефективної політичної комунікації матеріали кандидата мали яскраво виражений соціально-економічний акцент, практично не висвітлювали політичну приналежність кандидата (Онищенко був членом Партії регіонів), натомість фокусувалися на місцевих проблемах. Фактичний старт агітаційної кампанії Онищенко можна віднести до літа 2012 року, коли політик ще офіційно не заявляв про своє балотування, однак у місцевих медіа вже з'являлися матеріали на його підтримку. У випуску газети «Миронівський край» від 4 серпня 2012 року (репортаж «Як в Миронівському районі долають наслідки стихії») йдеться про те, що «одним з перших прийшов на допомогу постраждалим від руйнівного буревію жителям благодійний фонд «Родина» Олександра Онищенко» [9]. Вже через кілька тижнів, 21 серпня 2012 року, Онищенко заявляє, що «старість має бути в радість» і розповідає на шпальтах газети про облаштування сучасного будинку для самотніх людей на території колишньої дільничної лікарні у селі Зеленьки на Миронівщині [6].

Задоволення групових стереотипів аудиторії досягалося за рахунок залучення зірок до агітації за кандидата. Так, репортаж «Верка Сердючка та легендарні динамівці вітали миронівчан з Днем міста», розміщений у газеті «Миронівський край» на правах політичної реклами у вересні 2012 року, вустами місцевих жителів висловлював вдячність кандидатові за проведений захід [1]. Фінальним акцентом кампанії став матеріал про відвідування Миронівки голівудською зіркою Жан-Клодом ван Дамом напередодні виборів, візит якого також відбувся за підтримки Онищенко [4].

З одного боку, рівень залученості кандидата до матеріалів, а також підкреслення його особливої ролі у вирішенні певної проблеми, було доволі високим. Високу іміджевість та симпатію до кандидата демонструє матеріал про перемогу Онищенко, який захоплювався кінним спортом, на чемпіонаті з конкуру, який дещо випадає із тематики передвиборчої кампанії [5]. З іншого боку, кандидат переміг на виборах із результатом 46,8% голосів, значно випереджаючи опонентку від опозиції у традиційно «помаранчевій» Київській області. Значна частина виборців із Миронівки та Миронівського району, на відміну від інших населених пунктів округу, на дільницях в більшості проголосувала за Олександра Онищенко та Партію регіонів [2]. Це, зокрема, може свідчити про ефективність інформаційної політики медіа в контексті результатів голосування.

Висновки. Дослідження підтверджує, що регіональні медіа відіграють важливу роль у формуванні електоральних вподобань громадян. Завдяки своєму впливу на конкретній території, особливо в контексті виборчих кампаній на місцевому або мажоритарному рівні, вони можуть як сприяти демократичним процесам, так і впливати на виборця за допомогою маніпулятивних технологій. Це, зокрема, може досягатися шляхом штучного формування

позитивного іміджу політичної сили або кандидата, підвищенню його популярності шляхом залучення до актуальної соціоекономічної проблематики. В цьому контексті важливим чинником залишається підвищення рівня медіаграмотності громадян, а також посилення механізмів контролю за прозорістю роботи регіональних медіа під час виборчих кампаній.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верка Сердючка та легендарні динамівці вітали миронівчан з Днем міста. *Миронівський край*. 2012. URL: <https://surl.li/lruofu>.
2. Відомості про підрахунок голосів виборців на виборчих дільницях одномандатного виборчого округу №93, Київська область. *Центральна виборча комісія*. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2012/wp338pt001f01=900pf7331=93.html>.
3. Дубовик Н.А. Формування масової свідомості та електоральний вибір. *Space*. 2017. № 2. С. 24–28. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f6668980-b37d-4c46-86d1-78e5a2f6c560/content>.
4. Зірка голлівудських бойовиків Жан-Клод Ван Дам побував у Миронівці. *Миронівський край*. 2012. 23 жовт. URL: <https://surl.li/wwdpwh>.
5. Олександр Онищенко переміг у Гран-Прі Кубку України 2012 з конкуру. *Миронівський край*. 2012. URL: <http://surl.li/alhram>.
6. Олександр ОНИЩЕНКО: «Старість має бути у радість». *Миронівський край*. 2012. 21 серп. URL: <https://surl.li/kmtqty>.
7. Приймаченко Н. Інформаційні технології як інструменти впливу на думку виборців. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. 2009. № 4. С. 146. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/130>.
8. Фарафонова І. А. Вплив засобів масової інформації на електорат. *Політологічний вісник*. 2023. № 23. С. 88–99. URL: <https://typeset.io/pdf/the-influence-of-mass-media-on-the-electorate-ik7pa2smfg.pdf>.
9. Як в Миронівському районі долають наслідки стихії. *Миронівський край*. 2012. 4 серп. URL: <https://surl.li/ludycr>.

## ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

**Тематичні напрямки: соціальна відповідальність та сталий розвиток: практики, моделі, перспективи; соціологія повсякденності: соціальний, економічний та культурні аспекти; традиції та новації у ціннісних орієнтаціях сучасної молоді**

**Ільєнко Алла**

старший викладач кафедри  
соціоекономіки та управління персоналом,  
*Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана, Україна*

**Блажук Максим**

студент IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана, Україна*

### **ВПЛИВ ВНУТРІШНЬО-КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ НА ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

В умовах стрімких змін в економіці та політиці, стрімкого зростання ролі штучного інтелекту, внутрішньо-корпоративні комунікації(ВКК) грають важливу роль при прийнятті стратегічних рішень, виконанні завдань, управлінні командами та формуванні морально-психологічного клімату в колективі.

Питаннями внутрішньо-корпоративних комунікацій займалися Пластовець А.О., Сорокіна Г.В., ( Пластовець А.О., 2023) Тихомирова Є (Тихомирова Є, 2013), Щетініна, Л. В., Рудакова, С. Г., Поплавська, О. М., Данилевич, Н. С., Гула, А. В. (Щетініна Л.В., 2023). Більшість науковців у предметі дослідженні внутрішньо-корпоративних комунікацій переважно зорієнтовані на три напрямки: 1) формування ВКК в окремому виді економічної діяльності\підприємстві; 2) процес впливу ВКК на окремі процеси в менеджменті персоналу; 3) процес трансформації системи ВКК в умовах євроінтеграції. Дослідження впливу ВКК на формування корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є мало дослідженим і актуальним. Для підтримки КСВ на вищому рівні потрібно ефективні ВКК.

На думку авторів, ВКК є комплексною категорією, що сприяє створенню єдиного інформаційного простору для всіх співробітників компанії з метою: інформування співробітників про діяльність компанії; отриманню інформації в якості зворотного зв'язку

від співробітників і робота з нею; формуванню корпоративної культури відповідної концепції бренду, моделі поведінки співробітників, відповідної концепції бренду організації; доведенню відомостей про зміни в компанії; розвитку лояльності персоналу до компанії, створенню і зміцненню в колективі командного духу і почуттю згуртованості.

ВКК в КСВ компанії є єдиним інформаційним простором для всього персоналу компанії, що сприяє добровільному підвищенню інтеграції компанії з соціального, екологічного та інших напрямків в комерційну діяльність компанії з метою досягнення максимального економічного та соціального ефекту при взаємодії з усіма стейкхолдерами при виготовленні товарів чи наданні послуг.

На основі аналізу даних компаній ТОВ«Нова Пошта»(Сайт ТОВ«Нова Пошта»), ТОВ "Епіцентр К" ( ТОВ "Епіцентр К") та внутрішньої звітності нами було здійснено SWOT - аналіз впливу ВКК в сучасних умовах на формування КСВ, що зображено в таблиці 1.

Таблиця 1- SWOT -аналіз впливу ВКК в сучасних умовах на формування КСВ\*

СИЛЬНІ СТОРОНИ	ЗАГРОЗИ
<p>Підвищення рівня КСВ компанії Покращення бренду роботодавця Пришвидшення ВКК Збільшення лояльності споживачів через позитивні відгуки персоналу та зовнішніх стейкхолдерів Збільшення потоку якісної робочої сили та притік талантів Зростання привабливості та довіри інвесторів до компанії Швидкість обробки інформації впливає на прийняття рішень і є конкурентною перевагою Рівний своєчасний доступ персоналу та стейкхолдерів до визначеного обсягу інформації Зменшення конфліктів через об'єктивність розподілу посадових обов'язків, вчасність виконання дедлайнів тощо Автоматизація процесів сприяє зниженню монотонності праці</p>	<p>Збільшення плинності кадрів Недооцінка чинних ВКК може знизити мотивацію і ефективність діяльності Погіршення морально-психологічного клімату, збільшення конфліктів через відсутність часу на особисте спілкування та розподіл нових ролей в колективі Втрата значення ключових гравців, боротьба за владу Ризик критики/скандалів через нову систему ВКК Невдала реалізація соціальних проєктів Підвищення ролі конкурентів через невдалі ВКК Зміни в міжнародному\вітчизняному законодавстві щодо КСВ можуть істотно впливати на стратегію ВКК</p>
СЛАБКІ СТОРОНИ	МОЖЛИВОСТІ
<p>Зростання видатків на інформаційне забезпечення та навчання персоналу при покращенні ВКК Ризик швидкого витоку інформації від персоналу Ризик часткової адаптації персоналу Ризик втоми та вигорання персоналу від інновацій Ризик втрати довіри зовнішніх стейкхолдерів через неякісні комунікації</p>	<p>Збільшення кількості\підвищення якості зовнішніх стейкхолдерів через збільшення соціальних проєктів Виявлення сліпих плям в ВКК між персоналом та при розробці нових соціальних проєктів Запрошення найкращих фахівців в сфері ВКК та управління знаннями для побудови нової системи ВКК Запровадження постійного моніторингу і аудиту ВКК</p>

\*розроблено авторами

Здійснений аналіз SWOT - аналіз впливу ВКК в сучасних умовах на формування КСВ на прикладі компаній ТОВ«Нова Пошта», ТОВ "Епіцентр К" показав, що організації при впровадженні нових ефективніших ВКК отримали більше сильних сторін та можливостей.

В еру цифрових технологій та штучного інтелекту формування ВКК сприяє запровадження CRM-рішень, на основі досвіду міжнародних ритейлерів, рекомендується впровадження Salesforce Service Cloud для омніканальної комунікації, що дозволить підвищити швидкість реакції на запити. HubSpot Enterprise забезпечить автоматизацію маркетингових комунікацій та підвищить ефективність, Zendesk Suite оптимізує аналітику взаємодії з клієнтами, а Microsoft Teams створить єдиний простір для внутрішньої комунікації.

Розвиток AI-powered аналітики є ключовим фактором успіху в сучасному ритейлі та сфері зв'язку. Впровадження систем аналізу настроїв персоналу, предиктивної аналітики для HR-процесів, AI-асистентів для керівників та автоматизованої оцінки ефективності комунікацій дозволить компаніям вийти на новий рівень управління персоналом та КСВ.

Важливим аспектом є також впровадження системи гейміфікації в корпоративні комунікації. Рекомендується створення системи внутрішніх рейтингів, досягнень та винагород, інтегрованої з корпоративним порталом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сайт ТОВ "Епіцентр К" URL: <https://novaposhta.ua/>
2. Сайт ТОВ "Нова Пошта" URL: <https://novaposhta.ua/>
3. Пластовець А.О., Сорокіна Г.В. Особливості побудови внутрішньої комунікації у роздрібній торгівлі *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»* | № 25 (березень, 2023) . URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/download/996/1014/1025>
4. 2.Тихомирова Є. Корпоративні комунікації : посібник для студ. вищ. навч. закл. / Євгенія Тихомирова ; Східноєвропейський нац. ун-т ім. Л. Українки. – Луцьк : ФОП Захарчук В. М., 2013. – 216 с.
5. Щетініна, Л. В., Рудакова, С. Г., Поплавська, О. М., Данилевич, Н. С., & Гула, А. В. (2023). Внутрішньокорпоративні комунікації в цифровому середовищі. *Бізнес Інформ*, (2), 229-235.

**Боймиструк Софія**

студентка III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **СОЦІОКРАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ**

Об'єднані територіальні громади (ОТГ) є одним із ключових елементів децентралізації в Україні, які спрямовані на підвищення ефективності місцевого самоврядування, адже фактично реформа децентралізації є реформою системи управління ОТГ. Попри позитивні зміни, багато ОТГ стикаються з проблемами, пов'язаними з недосконалими управлінськими системами на місцевому рівні. Згідно з опитуванням, проведеним КМІС, основні труднощі пов'язані з недостатньою спроможністю органів місцевого самоврядування на здійснення та делегування своїх повноважень, а також нечіткість у розмежуванні повноважень між виконавчою радою та органами місцевого самоврядування [1]. Це викликає потребу у пошуку альтернативних моделей управління, які могли б сприяти більш ефективному розвитку громад. Однією з таких моделей, на наш погляд, може стати соціократія.

Спочатку, надамо визначення об'єкту нашої роботи. Об'єднана територіальна громада – це адміністративно-територіальна одиниця в Україні, яка об'єднує всі міста, села та селища, які добровільно приєдналися до громади. Керівними органами ОТГ є голова громади, депутати ради, виконавчий комітет, старости, які представляють інтереси села, а також активні громадяни, які не мають офіційних посад, але беруть участь у прийнятті рішень. Наразі в ОТГ працює задекларований демократичний спосіб управління: рішення приймаються більшістю голосів на сесіях ради. Однак цей підхід не завжди враховує інтереси всіх членів громади. Тому доцільно розглянути, як працює соціократія і чи може вона бути ефективною альтернативою існуючій системі.

Слід підкреслити, що у демократії, і у соціократії легітимним джерелом влади є народ. Проте ключова відмінність полягає у механізмі прийняття рішень. В демократичних процесах управління, рішення ухвалюється більшістю голосів, навіть якщо частина громади не погоджується з ним. У соціократії рішення приймається виключно за принципом згоди, коли жоден учасник не має обґрунтованих заперечень. Людям, які не знають, що таке соціократія це може здатись утопічно, адже неможливо знайти єдиного

спільного «ідеального» рішення. Однак, соціократичні підходи можуть мати ефективні механізми для пошуку спільного рішення.

Соціократія, на наш погляд, найкраще підходить для організацій та систем, які прагнуть самоврядування на основі рівності. Вона ґрунтується на декількох правилах, одним з яких є правило кола, коли одне велике коло структур, які ухвалюють рішення, поділяється на підкола, кожне з яких має свою сферу відповідальності. Таким чином утворюється ланцюг з структур (кіл), які обирають рішення у межах свого кола. У кожній групі є власна мета та роль, які при об'єднанні працюють для єдиної мети. Рішення в соціократичних колах приймаються за згодою, яка досягається лише тоді, коли жоден член цього кола не має заперечень, підстави вважати, що рішення не дасть досягти визначеної мети. Прийняття рішення побудоване на зворотному зв'язку, аби досягти якнайкращого рішення для поліпшення роботи чи іншої заданої мети.

Принцип згоди базується на концепції «діапазону толерантності»: замість того щоб шукати ідеальний варіант для всіх, соціократія дозволяє знайти рішення, яке не викликає критичних заперечень у жодного учасника. Це забезпечує максимальну ефективність і врахування різних точок зору. Таким чином, «діапазон толерантності» дозволяє знайти рішення, яке буде найбільш ефективним та результативним, враховуючи побажання і прийняття кожного члена кола.

Отже, для впровадження соціократичної моделі в ОТГ варто зосередитись на побудові системи кіл. Кожне село, селище чи місто, в перспективі, повинно мати власне коло управління з представником, який відстоюватиме інтереси громади у загальному колі. Додатково можуть існувати кола стратегічного управління, освіти, соціальних ініціатив тощо. Таким чином кожне коло буде самостійно ухвалювати рішення у своїй сфері, при чому один чи два представники від кожного кола мають входити до кола стратегічного управління, аби забезпечувати узгодженість рішень. Як результат такого методу управління, всі рішення будуть ухвалюватися консенсусом або методом відсутності обґрунтованих заперечень, а не голосуванням більшості, коли бачення інших проігноровані. Це дасть змогу налагодити співпрацю між різними частинами ОТГ та одночасно досягти результативного локального суспільного розвитку.

Проте, слід зазначити, що соціократія не позбавлена певних недоліків. Найбільшою проблемою є культурні та ментальні бар'єри. У громадах, де уже давно звикли до ієрархії, побудова рівноправної системи стане надзвичайно складним процесом. Пересічні громадяни, жителі ОТГ можуть виказати небажання брати на себе відповідальність, а влада виявиться консервативною і сприймати соціократію як загрозу своїм повноваженням. Іншою проблемою є необхідність високого рівня навичок комунікації та активного

слухання, адже без цього процес ухвалення рішень може стати хаотичним і неефективним. Інший пласт проблем може виникнути через організаційні труднощі, адже у громадах з населенням понад 5000 осіб досягнення консенсусу займатиме надто багато часу та затягуватиме процеси управління. Що також може бути складно – так це обрати представника від кожного кола, тому що обрані (старости) можуть не мати достатньої легітимності та підтримки громади. Також для проведення раундів соціократичних кіл потрібно мати кваліфікованого модератора, який може організувати процеси управління. В Україні таких фахівців фактично немає, тому виникне проблема з навчанням та фінансування таких процесів.

Підводячи підсумки, слід підкреслити, що соціократія має потенціал для впровадження в механізми сучасного управління в ОТГ, особливо для малих громад, наприклад сіл, де мешканці добре знають одне одного і готові до активної участі. Проте ідея масштабування цієї моделі на більші громади стикається з організаційними, фінансовими та культурними труднощами. Крім того, соціократичний підхід не узгоджується з чинною демократичною системою управління в Україні. Для того щоб соціократія могла працювати в ОТГ, необхідно адаптувати її до українського законодавства, навчати громаду ефективному колективному ухваленню рішень та забезпечити прозорість діяльності всіх рівнів управління. Лише за таких умов соціократія може стати ефективною альтернативою традиційним демократичним методам управління громадами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Які проблеми мають органи місцевого самоврядування у здійсненні повноважень. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3821472-aki-problemi-maut-organi-miscevogo-samovraduvanna-u-zdijsnenni-povnovazen.html>
2. Sociocracy – basic concepts and principles. URL: <https://www.sociocracyforall.org/sociocracy/>

## ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНА ОНЛАЙН-АКТИВНІСТЬ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

**Анотація:** Українське суспільство переживає значні соціальні трансформації, які супроводжуються багатьма викликами, зокрема війною та цифровізацією всіх сфер життя. Обмеження традиційних форм громадської активності спочатку через пандемію COVID-19, а потім воєнний стан призвели до стрімкого зростання громадсько-політичної онлайн-активності. Тож це дослідження присвячене поширенню громадсько-політичної онлайн-активності українців у цифровій публічній сфері.

**Ключові слова:** громадсько-політична активність онлайн, публічна сфера онлайн, війна.

Громадсько-політична активність є одним із головних чинників функціонування громадянського суспільства, побудованого на конституційних засадах, проте вона має різні форми та принципи залучення. У країнах нестійкої інституційності, де норми та цінності держави сприймаються радше як декларативні, низька довіра до влади змушує акторів громадянського суспільства виходити на передову суспільних змін та виробляти свої норми та «правила гри» для власної ефективності та стійкості. А в часи війни та запровадження воєнного стану, коли відбулося обмеження конституційних прав і свобод людини, скоротилася і можливість для фізичної присутності людей у публічній сфері.

За цих умов дедалі поширенішою стає громадсько-політична онлайн-активність. І водночас вона стає різноманітнішою, диференційованішою та все більш досліджуваною. З огляду на велику кількість підходів і класифікацій, які застосовують для дослідження онлайн-активізму, вважаємо доцільним використати неінституційний підхід і зокрема розроблену Д. Норттом (North, 1990) концепцію транзакційних витрат, яка дає змогу розмежувати різні форми онлайн-активності за рівнем їхньої складності та обґрунтувати інституційну трансформацію громадсько-політичної онлайн-активності.

Передбачається, що збільшення громадсько-політичної онлайн-активності відбувається через те, що витрати за використання онлайн-інструментів покривають отримувану користь для громадян. Громадсько-політична онлайн-активність включає різні форми неформалізованої онлайн-активності, які потребують різних за рівнем транзакційних витрат, характеризується різним ступенем залучення та реалізується в різні

способи. До неї можна віднести: збирання коштів волонтерам, армії, благодійним організаціям, онлайн-споживання товарів українського походження, використання лайків (інших емодзі) в мережі під постами громадсько-політичного змісту, поширення інформації громадсько-політичного змісту, обговорення/коментування громадських та політичних питань у соціальних мережах, створення власного контенту з громадсько-політичної тематики.

Емпіричне відстеження проявів громадсько-політичної онлайн-активності почалося відносно недавно, коли стрімко зростала кількість користувачів Інтернету, особливо мобільного. Ми здійснюємо це відстеження завдяки моніторинговому дослідженню Інституту соціології НАН України в 2013 – 2019 роках.

Дані моніторингу свідчать про зростання всіх видів активностей за цей час. Проте найпоширенішими стали інформаційно-пізнавальні онлайн-активності, зокрема споживання інформації на сайтах державних і недержавних організацій (2013 р. – 15,9%, 2015 р. – 29,6%, 2017 р. – 27,0%, 2019 р. – 33,2%), відстеження новин суспільно-політичного життя (2013 р. – 15,6%, 2015 р. – 29,3%, 2017 р. – 28,6%, 2019 р. – 32,7%), читання блогів, сторінок політиків і громадських діячів (2013 р. – 5,9%, 2015 р. – 10,5%, 2017 р. – 9,4%, 2019 р. – 18,1%). Ці форми можна означити як пасивні форми поведінки в мережі Інтернет, які потребують найменших транзакційних витрат.

Водночас показники онлайн-активностей, пов'язані з використанням е-інструментів електронного урядування, теж невисокі. Такі форми, як «отримую електронні державні послуги (е-реєстрація, е-довідка, е-черга тощо)» (2017 р. – 3,4%, 2019 р. – 6,8%) та «підтримую або ініціюю електронні петиції, звернення до органів державної влади, місцевого самоврядування тощо (е-петиції, е-звернення, е-скарги тощо)» (2017 р. – 3,8%, 2019 р. – 7,2%), хоч і демонструють зростання майже в два рази, все одно мають низьке охоплення. До того ж частина з них фіксують радше пасивне отримання послуг (що, звісно, сприяє компетентності у цій сфері), а не власну вольову активність (Ворона, Шульга, 2013: с. 551; Паращевін, 2015: с. 603; Паращевін, 2017: с. 570; Паращевін, 2019: с. 493).

В 2024 року в моніторинг Інституту соціології НАНУ було також включено запитання «Яку громадсько-політичну активність Ви проявляєте в мережі Інтернет?». З'ясувалося, що за період перших років широкомасштабного вторгнення РФ, коли не було можливості здійснити опитування щодо онлайн-активності, деякі її форми набули значного поширення.

Найчастіше українці використовували таку формою участі, як «Шукаю інформацію про політику та політичні заходи» – 29,6% респондентів. Залишають лайки чи коментарі – 23,5 (8,5% в 2019 р). Це найпростіші форми активності, втім форми, які потребують більших

транзакційних витрат теж мають значне поширення: підписуються під петиціями чи колективними зверненнями – 26,1% (7,2% в 2019 р.), підтримують та просувають соціальні заходи, ініційовані користувачами в мережі (допомога ЗСУ, переселенцям (ВПО), потерпілим від війни, хворим) – 21,1% (5,2% в 2019р.). Такі форми активності потребують визначення власної громадської позиції, фінансових витрат, розуміння соціально-політичної ситуації в цілому. Обговорення громадсько-політичних питань в соціальних мережах – є квінтесенцією цифрової публічної сфери. Ця форма участі потребує зусиль, часу, зацікавленості та водночас свідчить про ступінь освоєння громадянами публічної сфери онлайн. В цьому році цей показник становить 7,1%, а в 2019 році – 4,8%.

Найменшу залученість мають форми активності з найвищими транзакційними витратами: самі ініціюють соціальні заходи в Інтернеті 1,5%, а самостійно створюють контент громадсько-політичного змісту 1,3%. Це саме ті громадяни, які потенційно є агентами змін як інституційних, так і наративів в публічній сфері.

Війна значно обмежила можливості офлайн-діяльності, тож українці стали активно використовувати цифрову публічну сферу. Можна відзначити поступове поширення громадсько-політичної онлайн-активності, особливо тих форм, які потребують низьких та помірних транзакційних витрат, таких як пошук політичної інформації, обговорення громадсько-політичних проблем, голосування за перейменування топонімів, підписання петицій. Та вочевидь є розмежування за інтересами та сферами діяльності, які залежать від обсягу ресурсів, якими володіють громадяни. Власне, динаміка поширеності онлайн-активності передусім відбувається за рахунок залучення до форм із низьким рівнем транзакційних витрат. Саме тому форми з найвищими транзакційними витратами ще не стали такими популярними серед громадян.

Втім це дослідження доводить, що диджиталізована публічна сфера дає змогу різним соціальним групам реалізовувати свої інтереси, виходячи із власних соціальних та психологічних ресурсів. Узвичаєння, унормування та розширення певної новітньої діяльності відбувається таким чином, що соціальні групи при звичаються мірою своїх когнітивних, соціальних та економічних можливостей, вибираючи ті способи новітньої дії, які їм під силу.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Ворона, В. (ред.), Шульга, М. (ред.). (2013). Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг. Київ: Інститут соціології НАН України.

2. Паращевін, М. (2015). Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992–2015. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін, 2(16), 525–652.
3. Паращевін, М. (2017). Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992–2017. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін, 4(18), 487–599.
4. Паращевін, М. (2019). Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1994–2019. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін, 6(20), 413–517.
5. North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge university press.

**Глущенко Василь**

студент IV курсу спеціальності «Соціологія»,  
факультет економіки та соціальних комунікацій  
*Дніпровський державний технічний університет, Україна*

## **ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖА ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

За роки незалежності відбулись значні зміни ціннісних орієнтацій українського суспільства, у тому числі й здобувачів вищої освіти. Одним з чинників впливу на ціннісні орієнтації здобувачів вищої освіти впродовж тривалого часу є глобальна інтернет-мережа, яка є невід’ємною частиною життя сучасної молоді, й не тільки, людини. Вплив інтернету на ціннісні орієнтації здобувачів вищої освіти є багатограним і складним, охоплює різні аспекти життя. Тема дослідження є актуальною, оскільки вимагає комплексного аналізу впливу інтернет-мережі на формування ціннісних орієнтацій молоді, що має важливе значення для розуміння сучасних тенденцій розвитку українського суспільства.

Розглянемо детально, як саме інтернет-мережа впливає на ціннісні орієнтації здобувачів вищої освіти. Впливи можуть бути як позитивними, так і негативними.

Інтернет надає здобувачам вищої освіти доступ до величезної кількості інформації, що може впливати на їхні ціннісні орієнтації. Здобувачі вищої освіти можуть знайомитися з різними культурами, ідеями та світоглядами, що розширює бачення світу. Інтернет-мережа розширює горизонти сприйняття світу, надаючи доступ до різноманітних культур, ідеологій, світоглядів. Цей доступ може сприяти формуванню толерантності, критичного мислення, розуміння різноманітності, але може сприяти поширенню дезінформації та пропаганди.

За даними соціологічного дослідження «Соціальні нерівності: сприйняття українським суспільством», що проведено Всеукраїнським громадським об’єднанням

«Соціологічні асоціації України» у вересні 2017 р. за підтримки Міжнародного фонду «Відродження», доля всіх користувачів інтернет-мережі в Україні віком від 18 до 29 років складає 98 %, тих, хто регулярно користується ним, – 89 %. Період найбільш інтенсивного формування особистості, її соціалізації припав на час масового доступу до глобальної мережі в Україні і активної комп'ютеризації усіх сфер життя (*Соціальні нерівності, 2018, с.143*).

Інтернет-ресурси, такі як онлайн-курси, лекції, віртуальні бібліотеки, розширюють можливості навчання і сприяють формуванню критичного мислення та самостійного вибору цінностей. Збільшення використання інтернету вимагає формування етичних норм поведінки в онлайн-просторі, таких як повага до приватності, відповідальність за свої дії, боротьба з кібербулінгом та дезінформацією. Важливо розвивати у здобувачів вищої освіти критичне мислення, щоб вони могли аналізувати інформацію, розпізнавати маніпуляції та формувати власні етичні принципи. Розвиток етичного мислення є ключовим для формування відповідальних громадян, які використовують інтернет-мережу для позитивних змін.

Інтернет-мережа впливає на методи навчання, створюючи нові можливості для дистанційного навчання, онлайн-ресурсів та інтерактивних технологій. Важливо адаптувати освітні програми до потреб сучасного світу, інтегруючи нові технології та розвиваючи навички критичного мислення та інформаційної грамотності.

Інтернет може стати потужним інструментом для підвищення ефективності навчання, але може створити виклики, пов'язані з відволіканням і академічною доброчесністю. Інтернет пропонує соціальні мережі, які є основним джерелом інформації та комунікації для молоді, здобувачів вищої освіти, зокрема. Дослідження показують, що соціальні мережі впливають на формування ціннісних орієнтацій здобувачів вищої освіти, оскільки пропонують нові моделі поведінки і соціальні норми. Здобувачі вищої освіти активно використовують інтернет для самовираження та формування своєї ідентичності. Це може включати участь у різних онлайн-спільнотах, що впливають на цінності та переконання.

В цьому контексті фіксується міжпоколінська digital-нерівність, яка за своєю суттю є підґрунтям для багатьох інших просторів соціальної нерівності в сучасному суспільстві – інформаційної (відсутність доступу до різних інформаційних джерел), комунікативної (відсутність у соціальних мережах чи у спеціальних чат-програмах – viber, telegram, які часто використовуються як частина робочого процесу), економічної (відсутність можливостей для додаткового заробітку чи вибору товарів онлайн), професійної (відсутність можливостей для пошуку і зміни роботи), культурної (відсутність можливості

вибору культурних продуктів). Це зумовлюється тим, що саме інтернет сьогодні створює додаткові можливості для самореалізації суб'єкта у перелічених вище сферах. До того ж, йдеться не лише про інтернет-компетентність, а саме про digital-компетентність, оскільки доступ до інтернету сьогодні мають не лише персональні комп'ютери, а й такі digital-пристрої, як телефони, смартфони, планшети й інші гаджети. Серед наймолодших з опитаних більше тих, хто користується електронною поштою (73,4 %), здійснює покупки / оплату послуг через інтернет, зареєстрований у соціальних мережах (90 %), веде свій блог (3,1 %) тощо (*Соціальні нерівності, 2018, с.143*).

Пов'язаним із цією тенденцією є той факт, що молодь найкраще з усіх вікових когорт володіє англійською мовою. Середній рівень володіння англійською мовою мають 33 % опитаних респондентів у віці 18-29 років, а достатній – 11 %. Проте прагнення до цього знання є здебільшого інструментальним, бо зумовлено тими ж потребами інформаційного суспільства і перебуванням у глобальній мережі. Йдеться про те, що володіння англійською мовою суттєво підвищує якість користування глобальною мережею інтернет (*Соціальні нерівності, 2018, с.144, 145*).

Що стосується мобільності, то молодь, що природно, є більш мобільною. В межах вказаного дослідження це знайшло своє відображення у більш високих показниках закордонних подорожей молодіжної групи за останні роки. Аналіз отриманої інформації дозволив дійти висновку про, певною мірою, позитивне ставлення молоді до економічного розшарування в суспільстві, що демонструє індивідуалістичність її ціннісних орієнтацій (*Соціальні нерівності, 2018, с.145*).

Залежність від інтернету може змінювати ціннісні орієнтації здобувачів вищої освіти. Інтернет-залежність може призводити до зниження соціальних навичок і змін у сприйнятті цінностей, таких як дружба та співпраця. Інтернет-залежність може формувати пріоритети, де віртуальний світ переважає над реальним, що може призвести до ізоляції та втрати цінності реальних взаємин.

Зазначені фактори свідчать про те, що інтернет-мережа є потужним чинником, який впливає на формування ціннісних орієнтацій здобувачів вищої освіти. Важливо розвивати навички критичного мислення та саморегуляції, щоб формувати власні ціннісні орієнтації, спираючись на достовірні джерела, а також зменшити негативний вплив інтернет-залежності на ціннісні орієнтації здобувачів вищої освіти.

Держава та освітні установи, у тому числі й заклади вищої освіти, повинні створювати умови для безпечного та відповідального використання інтернету здобувачами вищої освіти, забезпечуючи доступ до якісної інформації та розвиваючи навички критичного мислення. Необхідно розробляти програми з профілактики інтернет-залежності

та кібербулінгу, а також формувати етичні норми поведінки в онлайн-просторі. Важливо створювати партнерства між освітніми установами, батьками та громадськими організаціями для спільного вирішення проблем, пов'язаних з впливом інтернету на молодь.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соціальні нерівності: сприйняття українським суспільством (заключний звіт). САУ. Харків, 2018. 277 с.

**Горбова Юлія**

кандидат соціологічних наук  
директор Інституту соціологічних досліджень,  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна.*

## СОЦІАЛЬНІ ТРАВМИ В УМОВАХ ОКУПАЦІЇ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ МЕШКАНЦІВ ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ

Тимчасова окупація українських територій спричинила глибокі соціальні, економічні та психологічні трансформації, які суттєво впливають на життя місцевого населення. Окупаційні умови характеризуються фізичною небезпекою, політичними репресіями, інформаційною ізоляцією та примусовою адаптацією до нових соціальних реалій. Сукупність цих факторів формує у мешканців тимчасово окупованих територій (ТОТ) стан соціальної травми, що знаходить відображення у їхніх поведінкових практиках. Дослідження цього явища є важливим кроком для розуміння впливу окупації на суспільні процеси та формування політики реінтеграції. Для емпіричного висвітлення проблематики соціальної травми, в цій роботі будуть використані результати унікального соціологічного дослідження «Настрої жителів тимчасово окупованих територій України» проведеного компанією «Active Group». Для опитування було використано метод глибинних інтерв'ю. Було опитано респондентів з п'яти тимчасово окупованих областей (*Active Group, 2024*).

Для початку, слід підкреслити, що соціальна травма є складним феноменом, який охоплює широкий спектр переживань, від індивідуальної психологічної адаптації до колективних змін у соціальній структурі. На тимчасово окупованих територіях вона формується внаслідок тривалого перебування в умовах репресивного політичного режиму, фізичної небезпеки, порушень прав людини та інформаційної ізоляції. Фізичні загрози, такі як бойові дії, зникнення людей і насильство з боку окупаційної влади, створюють постійний

стан страху серед мешканців. Політичні репресії унеможливають вільне висловлення думок, змушуючи людей адаптуватися до нових норм поведінки. Економічна нестабільність, що супроводжується втратою роботи, конфіскацією майна та руйнуванням інфраструктури, поглиблює кризові явища. Інформаційний простір контролюється окупаційною владою, обмежуючи доступ до альтернативних джерел новин, що сприяє формуванню викривленої картини реальності.

Поведінкові практики мешканців ТОТ демонструють широкий спектр адаптаційних стратегій. Одні пристосовуються до нових умов через конформізм та примусову лояльність, уникаючи конфліктів з окупаційною владою. Інші обирають стратегію вимушеної мобільності, покидаючи рідні місця у пошуках безпечніших умов життя. Водночас деякі намагаються зберегти українську ідентичність, шукаючи альтернативні способи отримання інформації та об'єднуючись у закриті соціальні групи. Однак, соціальна травма часто призводить до девіантних форм поведінки, включаючи агресію, алкоголізацію та втечу від реальності через пасивність або уникання соціальної взаємодії. У складних умовах окупації виникають і кримінальні явища, такі як мародерство, що часто пов'язане із безкарністю та відсутністю правових механізмів захисту населення.

Водночас, попри складні обставини, на ТОТ зберігаються елементи соціальної солідарності. Люди надають допомогу у критичних ситуаціях, організують евакуацію поранених, забезпечують харчування та підтримують один одного в межах локальних громад. Особливо це помітно у сільській місцевості, де міжособистісні зв'язки залишаються міцними. Проте, загалом, рівень довіри на місцевому рівні суттєво знижується через страх репресій та можливі доноси.

Соціально-психологічні наслідки тривалого перебування в умовах окупації є серйозними. Серед них - підвищена тривожність, депресивні стани, порушення соціальних зв'язків та політична апатія. Багато респондентів повідомляють про відчуття безвиході та відсутність контролю над власним життям. Крім того, наявний міжпоколінний розрив у сприйнятті війни: молодь, яка зростала під впливом окупаційної пропаганди, часто демонструє інше розуміння подій, ніж старше покоління, яке пам'ятає довоєнну Україну. Політична активність на ТОТ є вкрай низькою, оскільки будь-які форми протесту придушуються, а політичне поле монополізоване окупаційними структурами.

Одним із ключових факторів, що закріплюють соціальну травму, є інформаційна ізоляція. Окупаційні адміністрації активно використовують пропаганду для формування уявлення про Україну як «агресора», що ще більше віддаляє мешканців ТОТ від національного контексту. Контрольовані медіа не лише викривлюють факти, а й обмежують будь-які форми альтернативного мислення. У той же час, українські

інформаційні ресурси мають обмежене охоплення через репресивні заходи окупаційної влади, що ускладнює підтримку зв'язку з підконтрольними територіями.

Слід підкреслити, що окупація українських територій спричинила глибокі соціальні травми серед місцевого населення, які проявляються у зміні поведінкових стратегій, зростанні недовіри, соціальній ізоляції та політичній апатії. Інформаційна ізоляція та репресивні механізми окупаційної влади поглиблюють ці процеси, сприяючи закріпленню травматичного досвіду. Проте, попри всі труднощі, у мешканців ТОТ зберігається потенціал до соціальної взаємодопомоги та підтримки, що може стати основою для майбутньої реінтеграції. Успішне подолання соціальних травм потребує подальших соціологічних досліджень, комплексної державної політики, спрямованої на психологічну реабілітацію, соціальну адаптацію та відновлення демократичних інституцій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Active Group. (2024, May 6). *Sentiments of the residents living in the temporarily occupied territories of Ukraine*. Active Group. <https://activegroup.com.ua/2024/05/06/nastro%20d1%97-zhiveliv-timchasovo-okupovanix-teritorij-ukra%20d1%97ni-sentiments-of-the-residents-living-in-the-temporarily-occupied-territories-of-ukraine/>

**Дамян Маргарита**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ

У сучасному інформаційному суспільстві питання управління масовою свідомістю набуває особливої актуальності та значущості. Стрімкий розвиток інформаційних технологій, глобалізація комунікаційних процесів та зростання ролі соціальних мереж створюють безпрецедентні можливості для впливу на колективну свідомість та формування громадської думки. Розуміння механізмів такого впливу стає критично важливим для забезпечення інформаційної безпеки суспільства та збереження демократичних цінностей [1, с. 45-52].

Дослідження механізмів управління масовою свідомістю має міждисциплінарний характер та знаходиться на перетині соціальної психології, політології, соціології та

комунікативістики. Сучасні наукові розвідки демонструють, що процеси маніпулювання суспільною думкою стають все більш витонченими та технологічно досконалими, використовуючи досягнення нейропсихології, поведінкової економіки та великих даних. Це зумовлює необхідність комплексного вивчення існуючих механізмів впливу та розробки ефективних методів протидії деструктивним маніпулятивним практикам. Особливої гостроти проблематика управління масовою свідомістю набуває в контексті гібридних загроз та інформаційних воєн, які стали невід'ємною частиною сучасного геополітичного ландшафту. Технології масового впливу активно використовуються для формування заданих моделей сприйняття дійсності, просування певних ідеологічних наративів та маніпулювання суспільними настроями. У цьому контексті розуміння механізмів такого впливу стає важливим елементом національної безпеки та збереження суверенітету держави у інформаційному просторі [2].

Метою даного дослідження є системний аналіз основних механізмів управління масовою свідомістю, виявлення їх структурних особливостей та закономірностей функціонування в сучасному інформаційному суспільстві. Особлива увага приділяється вивченню психологічних, соціальних та технологічних аспектів масового впливу, а також розробці рекомендацій щодо підвищення медіаграмотності та критичного мислення як основних інструментів протидії маніпулятивним впливам [3, с. 32-36].

Масова свідомість як об'єкт управлінського впливу характеризується певними особливостями, які визначають специфіку застосування різних механізмів впливу. Ключовими характеристиками масової свідомості є її емоційність, схильність до стереотипного мислення, підвищена навіюваність та орієнтація на колективні цінності. Ці властивості створюють передумови для ефективного застосування різноманітних технологій масового впливу. Одним із базових механізмів управління масовою свідомістю є формування порядку денного через контроль інформаційних потоків. Цей механізм передбачає селективний відбір подій та їх інтерпретацій, які подаються через засоби масової інформації. Визначаючи, які теми стають предметом суспільного обговорення, а які залишаються поза увагою, можна суттєво впливати на формування колективних уявлень про соціальну реальність.

Значущим механізмом впливу є створення та поширення наративів – структурованих оповідей, які формують певну картину світу та пропонують готові схеми інтерпретації подій. Наративи можуть включати елементи міфологізації, спрощення складних явищ та емоційного забарвлення інформації. Ефективність цього механізму базується на природній схильності людської свідомості до сприйняття інформації у форматі історій [4].

Механізм фреймінгу передбачає створення інтерпретаційних рамок, через які подається інформація. Шляхом акцентування певних аспектів події та ігнорування інших можна суттєво впливати на її сприйняття масовою аудиторією. Фреймінг активно використовується в медіа для формування заданого ставлення до подій, явищ чи особистостей. Технологія соціального доказу базується на природній схильності людей орієнтуватися на поведінку більшості. Створення ілюзії масової підтримки певної позиції через маніпулювання статистикою, організацію псевдо-опитувань та використання ботів у соціальних мережах може суттєво впливати на формування суспільної думки [5].

Емоційне зараження як механізм управління масовою свідомістю використовує здатність емоцій швидко поширюватися в групах людей. Створення та підтримка певного емоційного фону через медіа може суттєво впливати на сприйняття інформації та прийняття рішень масовою аудиторією. Механізм когнітивного дисонансу використовується для зміни усталених переконань через створення ситуацій внутрішнього конфлікту між існуючими уявленнями та новою інформацією. Це може призводити до перегляду системи цінностей та зміни поведінкових патернів [6, с. 332-336].

Дослідження механізмів управління масовою свідомістю демонструє їх складну природу та багаторівневий характер впливу на суспільство. Розуміння цих механізмів є критично важливим для розробки ефективних стратегій протидії деструктивним маніпулятивним впливам. Ключовим фактором захисту від маніпулятивних впливів є розвиток критичного мислення та медіаграмотності населення. Здатність розпізнавати маніпулятивні технології та протистояти їм стає важливою компетенцією сучасної людини. Перспективним напрямком подальших досліджень є вивчення нових форм та методів управління масовою свідомістю, які виникають у зв'язку з розвитком цифрових технологій та штучного інтелекту. Особливої уваги потребує розробка ефективних механізмів протидії деструктивним інформаційним впливам.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Загранична Є. Соціально-психологічні методи впливу на масову свідомість та їх наслідки. Освіта і наука. 2021. № 1. С. 45-52.
2. Запорожцева Є. О. Політичний міф як інструмент маніпулювання масовою свідомістю. Миколаїв, 2023. 84 с.
3. Ємець Н. А. Сучасні підходи до управління масовою свідомістю і поведінкою. Чернігів, 2021. С. 32-36.
4. Новицька О. І., Ткаченко А. В. Поведінка натовпу та масова свідомість. Вплив на індивідуальну поведінку. Миколаїв, 2019. 125 с.

5. Пашина Н. П. Технології управління масовою свідомістю : навч. посібник до курсу "Політична психологія". Маріуполь, 2020. 156 с.

6. Христокін Г. В. Масова свідомість як об'єкт медіаконструювання. *Advanced discoveries of modern science* : зб. матеріалів конф. Київ, 2023. С. 332-336.

**Денисюк Едуард**

магістр 1 року спеціальності «Соціологія»,

Історичний факультет

*Львівський національний університет*

*імені Івана Франка, Україна*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ РЕЛІГІЙНИХ ГРОМАД ( НА ПРИКЛАДІ ПРОТЕСТАНТСЬКОГО ЗГРОМАДЖЕННЯ МІСТА УЖГОРОДА)**

Війна в Україні як кризовий контекст для соціального життя українців зумовила багато трансформацій в соціумі, які відбуваються на світоглядному рівні. Дана доповідь має на меті зобразити усвідомлення соціальної відповідальності сучасними протестантськими конфесіями в Україні як соціальну трансформацію, що зумовлена сучасними обставинами.

Вихідним контекстом для дослідження є зростання активності та залученості протестантів в суспільному житті країни, яке спостерігається в пізньопротестантський період. Пізньопротестантське середовище України є вагомим чинником духовного життя завдяки свого історичного шляху, динамічного розвитку та «включеності» в життя країни. У протестантських громадах схвально оцінюють участь в економічному, політичному житті держави, а також допомогу у вирішенні гострих соціальних проблем. На пострадянському просторі суттєво зросла активність релігійних громад. Протестантські церкви продемонстрували специфічну адаптацію до українських реалій у період незалежності України (*Грушева, 2017, с. 526*). Таким чином, цю тенденцію не можна упустити з поля зору соціологам релігії, адже аналізуючи ці зміни можна вивести декілька корисних моделей та уроків.

Важливими індексами соціалізації протестантського світогляду є вихід із підпілля та державна реєстрація церков як релігійних організацій. Участь протестантів в активних суспільних трансформаціях 2014-2024 років (від Революції гідності до повномасштабного вторгнення) зобразила глибоку залученість в громадське життя країни та самоідентифікація себе як активної частини українського народу.

Наступною передумовою є трансформаціоністське спрямування протестантського світогляду та суспільного мислення (в Україні ця конфесійна гілка має іншу активну назву – євангельські християни). В контексті протестантської герменевтики вплив на суспільство є одним із ключових напрямків діяльності громади. При тому суспільство визнається як секулярне (Тимченко, 2024, с. 7). Спираючись на цю тезу, можна стверджувати, що одним із ключових вихідних положень контекстуальності протестантських конфесій в Україні є соціальна відкритість до діалогу та обміну досвідом з суспільством. Таким чином, це стає передумовою до дослідження євангельського усвідомлення соціальної відповідальності як однієї з форм ідентичності, що виходить з природи даного руху. Немає потреби переконувати в соціальній спрямованості діяльності та життя протестантів, адже про це свідчать їх церковні документи, такі як статuti чи основи віровчення.<sup>1</sup>

Михайло Черенков: «Феномен протестантизму вже давно став об'єктом вивчення не лише релігієзнавців, а й істориків, соціологів, філософів, культурологів, адже він запропонував нову світоглядну парадигму, яка включає в себе усі аспекти духовного та соціального життя.» (Черенков, 2009, с. 143).

1. Сучасний український протестантизм, зокрема, його євангельський напрямок, глибоко інтегрований в українське суспільство, його виклики та потреби. Цей факт підтверджується не лише спостереженнями та соціологічними опитуваннями, а наявними спрямуваннями у офіційних статутах громад. В офіційних релігійних статутах євангельських християн-баптистів та п'ятидесятників широко зустрічаються тези, що регламентують активну благодійну діяльність, як один із сталих інститутів церкви. Тетяна Грушева у своїй статті аналізує декілька таких статутів і підтверджує тезу про активну залученість протестантських вірян в громадське суспільство (Грушева, 2021, с. 85). Поряд з благодійною діяльністю, статутами регламентовано ряд інших важливих сфер громадського життя – служба в армії, політична діяльність, просвітницькі проекти і тд. Вона завершує статтю такими висновками: *«Дослідження історії українських протестантів показує тенденцію до інтеграції в соціокультурний простір країни, намагання віруючих бути соціально і суспільно корисними. Тісний зв'язок релігійного та етнонаціонального чинників сформував особливий світогляд українських протестантів»*. В українському суспільстві, де панівними церквами є УГКЦ та ПЦУ, протестантська спільнота здійснює певні етапи соціального переосмислення своєї ролі в суспільстві та декларує свої цінності, ключовими з яких є служіння своєму оточенню. Зокрема, що стосується протестантських

---

<sup>1</sup> Напр. «Основи соціального вчення Церкви християн Адвентистів Сьомого Дня в Україні».

церков міста Ужгорода, то активною є діяльність «Церкви Живого Бога», розташованій на пл. Шандора Петефі, 47. В церкві існує програма «Повернись до Життя», учасники якої розгортають активну роботу з пораненими військовими та демобілізованими. Через програму, яка існує з березня 2023 року, пройшло близько 1500 осіб-військових, які отримали різну допомогу на свої потреби.<sup>2</sup> Варто зауважити, що програма існує виключно на донорські фінанси, пожертвування та особистий вклад її учасників. Також, дана громада розганяє ряд інших соціальних програм, що відповідають на інші потреби закарпатського суспільства.<sup>3</sup> Також, активну волонтерську та соціальну діяльність спостерігається в громаді церкви «Перемога», Ужгород.<sup>4</sup>

2. Протестантські євангельські громади переосмислюють важливість національної самосвідомості. Початком даного переосмислення стала участь євангельської протестантської церкви в революції на Майдані 2013-14 рр. Активна участь в революційних діях, перебування пліч-о-пліч з іншими церквами на шляху до спільної мети – ці події дали низку імпульсів до переосмислення своєї ролі як церкви та сформували нові напрямки соціальної взаємодії. Ключовим і вагомим явищем стало відкриття для себе громадського суспільства та інших церков. Варто пам'ятати, що з початку 90-их років євангельське християнство позиціонувало себе як маргінальний рух, що в жодному випадку не співпрацює з іншими церквами та владою. Самі події Майдану показали новий спектр для діяльності протестантської церкви, яка побачила можливість і актуальність бути відкритою до суспільства – спогади учасників Майдану демонструють нам протестантів, як активних фігурантів всіх священнодій під час революції.<sup>5</sup> Нові військові дії 2022 років і до сьогодні підтверджують обраний шлях протестантами і доводять, що процеси осмислення національної свідомості тривали весь цей час не дарма і тривають і сьогодні. Міністерство оборони України опублікувало результати опитування, де 2% всіх військовослужбовців ЗСУ ідентифікували себе як протестанти.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Повернись до Життя // Церква Живого Бога. Доступно з: <<https://czb.uz.ua/home/povernys-do-zhyttya.html>>

<sup>3</sup> Офіційний сайт з переліком програм служіння - <https://czb.uz.ua>

<sup>4</sup> Фейсбук-сторінка церкви «Перемога» Ужгород - [https://www.facebook.com/victoryuzh/?locale=ru\\_RU](https://www.facebook.com/victoryuzh/?locale=ru_RU)

<sup>5</sup> Церква на Майдані – спогади капелана о. Михайла Димида // Український католицький університет. Доступно з: <[https://ucu.edu.ua/news/tserkva-na-majdani-spogady-kapelana-o-myhajla-dymyda/?utm\\_source=chatgpt.com](https://ucu.edu.ua/news/tserkva-na-majdani-spogady-kapelana-o-myhajla-dymyda/?utm_source=chatgpt.com)>.

<sup>6</sup> Фейсбук-допис МО України за 6 січня 2021 р. Доступно з: <<https://www.facebook.com/MinistryofDefence.UA/posts/3761062273956250>>.

<b>Конфесійна самовизначеність військовослужбовців ЗСУ на 6 січня 2021 р.:</b>	
ПЦУ КП	70%
УПЦ МП	10%
УГКЦ	7%
Римо-Католицька Церква України	4%
Іслам	2%
Протестанти	2%
Інші релігії	5%

Нажаль, на даний момент немає нового дослідження такого типу, однак, мкоріше за все, якщо таке дослідження буде проведено, то воно підтвердить зростання частки протестантів-військових в ЗСУ та зростання кількості військових (штатних і нештатних) капеланів з числа вірян євангельських протестантських громад. Також, піднесення національної самосвідомості демонструється акцентом на роботу, що покриває потребу армії та військовослужбовців. Варто зазначити, що український пізній євангельський протестантизм пройшов шлях від крайнього пацифізму та засудження військових структур та зброї до особистої участі вірян в ЗСУ та забезпечення війська різними способами. Наприклад, благодійні фестивалі, метою яких є збір грошей на потреби армії. Нещодавно такий фестиваль було проведено за ініціативи Першої баптистської церкви міста Ужгород.<sup>7</sup>

3. Протестантський євангельський контекст може запропонувати українському соціуму оригінальні конструктивні характерні риси. Протестантський світогляд переживає вагомі зміни, як було показано вище. Разом з тим процес трансформацій виокремлює певні характерні риси, які кристалізуються у формаційному процесі. Ці риси не є ментально приналежними лише для євангельського протестантського руху, але є яскраво вираженими саме в цьому русі. Український протестантський богослов та дослідник Роман Соловій у інтерв'ю<sup>8</sup> називає три характерні ознаки, яких набув пізній євангельський протестантизм в останні роки і що посприяло активному росту кількості вірян у церквах<sup>9</sup>: 1) увага до соціальних потреб українців; 2) високий рівень самоорганізації; 3) жертовність. Аналітика діяльності та росту євангельських протестантських громад показує, що саме ці риси притаманні розвитку даного руху після революції на Майдані та набули кристалізації та інтеграції в мислення та церковну структуру після повномасштабної війни.

<sup>7</sup> Фейсбук-допис про фестиваль - [https://www.facebook.com/BaptistUzhgorod/?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/BaptistUzhgorod/?locale=uk_UA)

<sup>8</sup> «Протестантські громади у релігійному просторі сучасної України»: [інтерв'ю з д-ром. філософ. наук, керівником Східноєвропейського інституту теології Р. Соловієм / записав Е. Денисюк]. 30 січня 2025.

<sup>9</sup> Центр Разумкова публікує дані соціологічного дослідження, здійсненого в жовтні 2024 року разом з фондом Конрада Аденауера в Україні, в якому взяли участь 2017 респондентів, віком від 18 років. Опитування проводились майже у всіх областях України, крім тимчасово окупованих та анексованого Криму. Відсоток осіб, що відносили себе до протестантських та євангелічних конфесій складала 2,5% від числа опитаних. Варто зауважити, що в порівнянні з минулим роком ця частка збільшилася на 44% (протестантів у 2023 році було 1,4% серед опитаних) і зменшилася на 33% в порівнянні з 2022 роком (в цьому році протестантів та євангельських християн було 3,7% серед опитаних).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грушева Т. В. Протестантизм у сучасній Україні: імпортована мораль vs етнокофесійна самобутність. *Історія релігій в Україні: актуальні питання*. Випуск 3. 2021. С. 83-90.
2. Грушева Т. В. Соціальна позиція сучасних українських протестантів. *Історія релігій в Україні. Науковий щорічник*. Частина 2. 2017. № 27-2. С. 525-533.
3. «Протестантські громади у релігійному просторі сучасної України»: [інтерв'ю з д-ром. філософ. наук, керівником Східноєвропейського інституту теології Р. Соловієм / записав Е. Денисюк]. 30 січня 2025.
4. Тимченко С. Б. Євангельські громади України в епоху цифровізації та медіатизації: релігійні та етичні виклики. *Альманах з цифрового богослов'я*. 2024. С. 2-15.
5. Фейсбук-допис офіційної сторінки МО України за 6 січня 2021 р. Доступно з: <<https://www.facebook.com/MinistryofDefence.UA/posts/3761062273956250>>.
6. Черенков М. М. Протестантизм – рафіноване християнство. *Українське релігієзнавство*. 2009. № Спецвипуск 2. С. 142-151.
7. Церква на Майдані – спогади капелана о. Михайла Димида. *Український католицький університет*. 24 грудня 2020. Доступно з: <[https://ucu.edu.ua/news/tserkva-na-majdani-spogady-kapelana-o-myhajla-dymyda/?utm\\_source=chatgpt.com](https://ucu.edu.ua/news/tserkva-na-majdani-spogady-kapelana-o-myhajla-dymyda/?utm_source=chatgpt.com)>.
8. Якименко Ю., Биченко А., Міщенко М. Українське суспільство, держава і церква під час війни. Церковно-релігійна ситуація в Україні - 2024. Інформаційні матеріали. Центр Разумкова. Київ, 2024. 115 с.

**Джога Олеся**

студентка III курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **DIE BILDUNG UND TRANSFORMATION DES SELBSTBILDES DURCH KOMMUNIKATION UNTER BEDINGUNGEN EMERGENTER HERAUSFORDERUNGEN**

Im modernen soziokulturellen Diskurs wird zunehmend die persönliche und individuelle Selbstdarstellung betont. Wie Aristoteles treffend bemerkte: „Erkenne dich selbst – das ist der Beginn der Weisheit.“ Doch das wahre Selbstbewusstsein ist ein komplexer Prozess, da der

Mensch sich häufig mit seinem sozialen Status, seinem Umfeld oder emotionalen Manifestationen identifiziert und selten über tiefere Aspekte seiner eigenen Identität nachdenkt.

Unter Bedingungen emergenter Herausforderungen (z. B. Kriege, Pandemien, soziale Krisen) verschiebt sich der Fokus auf das Verständnis des Wertes jeder einzelnen Persönlichkeit. In diesem Kontext wird das Bild des eigenen Selbst nicht nur zu einer grundlegenden Komponente der Selbstidentifikation einer Person, sondern auch zu einem bestimmenden Faktor ihres kommunikativen Verhaltens. Wissenschaftler weltweit untersuchen aktiv den Zusammenhang zwischen dem Bild des eigenen Selbst und der Effektivität der Kommunikation. Kommunikationsprozesse beeinflussen die Bildung des eigenen Selbst durch bestimmte Schlüsselmechanismen erheblich: Identitätsveränderung durch krisenhafte Interaktion, Einfluss der Medienkommunikation auf die Selbstwahrnehmung sowie paradoxe (trotz widriger Umstände) Stabilität und Selbstbewahrung des Selbstbildes. Die Wirksamkeit dieser Mechanismen unter Bedingungen der Unsicherheit hängt vom vorherigen Entwicklungsstand der Selbstkonzeptualisierung des Individuums ab.

Die Kindheit ist eine entscheidende Phase in der Entwicklung unseres Selbstbildes und unserer Selbstwahrnehmung. Bereits in der Kindheit lernen wir, uns durch die Augen der Menschen zu sehen, die uns umgeben – unsere Eltern, Geschwister und Lehrer prägen unsere frühen Vorstellungen von uns selbst. Es ist interessant zu beobachten, wie unsere Erziehung unser Bild von uns selbst und unseren Fähigkeiten beeinflusst. Somit ergeben sich Fragen hinsichtlich der Bildung unseres Selbstbildes in der Kindheit und der Rolle der Eltern in diesem Prozess. Daher ist es von größter Bedeutung, den Beitrag der Kindheit zur Entwicklung des eigenen Selbst zu verstehen.

Beispielsweise kann positive Bestärkung und liebevolle Ermutigung die Entwicklung eines starken und gesunden Selbstwertgefühls fördern, während Kritik und negative Vergleiche zu Unsicherheit und einem schwachen Selbstwertgefühl führen können. Forschungen, wie sie in dem Artikel von Specialist über die Entwicklung des Selbstkonzepts bei Kindern dargestellt werden, illustrieren die Komplexität der Einflüsse, die das wachsende Selbstbild eines Kindes prägen. Kindliche Erfahrungen beeinflussen nicht nur das Selbstbild, sondern auch das Selbstwertgefühl und die Selbstwahrnehmung im Erwachsenenalter. Das Feedback, das ein Kind erhält, kann seine Überzeugungen festigen und langfristige Auswirkungen auf seine Selbstwahrnehmung und Handlungen haben.

Zusätzlich zum Einfluss der Familie formen soziale Beziehungen und Interaktionen das Selbstbild einer Person ihr ganzes Leben lang. Nach Abschluss der Kindheit, wenn das Individuum in die Jugend- und Erwachsenenjahre eintritt, begegnet es verschiedenen Menschen und Umständen, die das Selbstbild herausfordern und weiterentwickeln. Freundschaften,

Partnerschaften und berufliche Beziehungen – all diese sozialen Erfahrungen tragen zur Selbstkenntnis bei. So kann man lernen, sich selbst besser zu verstehen, indem man die Reaktionen anderer beobachtet. Soziales Feedback, sei es in Form von Komplimenten, Kritik oder alltäglicher Interaktion, lehrt den Menschen, wie er in verschiedenen Gruppen oder Rollen wahrgenommen wird. Dies führt häufig zu einer Anpassung des eigenen Selbstbildes, manchmal in positiver, manchmal in negativer Richtung.

Das Zusammenspiel von Erziehung, Kindheitserfahrungen und sozialem Erleben bildet das Fundament der Persönlichkeit sowie die Art und Weise, wie man sich selbst versteht und präsentiert. Reflexion und bewusste Auseinandersetzung mit Erfahrungen ermöglichen eine aktive Gestaltung des Selbstbildes und die Erreichung einer positiven Selbstwahrnehmung. Ein gut entwickeltes und gesundes Selbstkonzept unterstützt die Bewältigung von Herausforderungen, das Erreichen von Zielen und ein harmonisches Leben. Es handelt sich nicht um eine statische Struktur, sondern um einen dynamischen Prozess, der sich ständig verändert und bewusst beeinflusst werden kann.

Auch im Erwachsenenalter haben Menschen die Möglichkeit, ihre Selbstvorstellungen zu verändern, indem sie eine positive Einstellung zu sich selbst entwickeln und mehr Selbstvertrauen gewinnen. Ein wichtiger Weg, dies zu erreichen, besteht darin, den Einfluss von Gedanken und Überzeugungen auf die Selbstwahrnehmung anzuerkennen. Oft hat die innere Stimme, die kritisiert oder Erfolge herabsetzt, ihre Wurzeln in vergangenen Erfahrungen. Diese Erkenntnis hilft, die Quellen negativer Einstellungen besser zu verstehen und zu lernen, mit ihnen umzugehen. Zudem ist es hilfreich, automatische Gedanken in Frage zu stellen, insbesondere wenn sie auf falschen Annahmen beruhen. Beispielsweise ist die Annahme, dass ein Fehler bei der Aufgabenerfüllung einem vollständigen Versagen gleichkommt, ein Beispiel für „Alles-oder-Nichts“-Denken. Dieser Ansatz sollte durch eine flexiblere und realistischere Denkweise ersetzt werden, die Fehler als Teil des Lernprozesses anerkennt.

Die Entwicklung emotionaler Akzeptanz spielt eine wichtige Rolle bei der Bildung einer gesunden Selbsthaltung. Das Akzeptieren eigener Schwächen und Verletzlichkeiten ohne Verurteilung fördert die innere Harmonie, während die Konzentration auf positive Eigenschaften und Errungenschaften das Selbstvertrauen stärkt. Gleichzeitig hilft das Feedback anderer Menschen bei der Bildung des Selbstbildes, aber eine übermäßige Abhängigkeit von fremden Bewertungen kann negative Folgen haben. Daher ist es wichtig, sowohl Kritik als auch Komplimente kritisch zu hinterfragen und dabei das innere Gefühl des eigenen Wertes zu bewahren. Eine Möglichkeit, eine positive Einstellung zu unterstützen und das Selbstwertgefühl zu stärken, besteht darin, auf eigene, auch kleine Erfolge zu achten. Das Festhalten von Erfolgen

und positiven Momenten in einem Tagebuch oder einer anderen Form kann das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten stärken und Motivation für die weitere Entwicklung schaffen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Bildung des Selbstbildes durch Kommunikation unter Bedingungen emergenter Herausforderungen ein nicht-linearer Prozess ist, der kognitive Anpassung, die Veränderung sozialer Rollen und die Interaktion mit der Informationsumgebung kombiniert. Abhängig vom Kontext kann eine Person entweder ihre Selbstidentifikation verändern oder frühere Vorstellungen über sich selbst festigen.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Self-concept and Self-awareness – Odyssey. Odyssey – A strength-based approach to wellbeing. URL: <https://odyssey.net.za/self-concept-and-self-awareness/> (дата звернення: 10.02.2025)

2. What is a self-image?. *insights.careerhelden.com*. URL: <https://insights.karrierehelden.de/en/what-is-a-self-image/> (дата звернення: 10.02.2025).

3. 7 steps to boost your self-esteem. *Mayo Clinic*. URL: <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/adult-health/in-depth/self-esteem/art-20045374> (дата звернення: 10.02.2025).

**Єременко Андрій**

аспірант 2 року навчання,  
Факультет соціології  
*Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка, Україна*

### ВПЛИВ РОЗВИТКУ ВОЛОНТЕРСЬКОГО РУХУ НА ДОВІРУ ТА НЕДОВІРУ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Попри значну кількість досліджень, що розглядають різні аспекти волонтерства, більшість з них зосереджені на його локальному впливі, зокрема на розвиток громад, соціальну інтеграцію внутрішньо переміщених осіб та підтримку армії. Також чимало наукових праць аналізують взаємозв'язок волонтерства із соціальними процесами в межах окремих груп населення, наприклад, молоді. Особлива увага приділяється мотиваційним чинникам участі у волонтерських ініціативах, ролі волонтерства у процесі соціалізації, його впливу на формування громадянської відповідальності та іншим важливим аспектам цього явища.

Водночас комплексний аналіз глобального впливу волонтерського руху на соціальну структуру суспільства та розвиток соціального капіталу залишається недостатньо опрацьованим. Зокрема, бракує систематизованих досліджень, які б оцінювали вплив волонтерської діяльності на такі ключові параметри суспільного життя, як рівень довіри та недовіри, а також їхню роль у зміцненні горизонтальних соціальних зв'язків.

З огляду на це, дане дослідження спрямоване на аналіз взаємозв'язку між волонтерством, довірою та недовірою, а також їхнього впливу на формування соціального капіталу українців. Особливий акцент зроблено на зростанні соціального капіталу через посилення горизонтальних зв'язків.

Для оцінки взаємного впливу понять довіри, недовіри, волонтерство і соціальний капітал, було проведене дослідження в рамках якого дані параметри були операціоналізовані наступним чином: Для вимірювання рівня недовіри буде використано підхід, запропонований авторами роботи «Довіра і недовіра: нові відносини та реалії» (Lewicki Roy J., McAllister Daniel J., and Bies Robert J, 2019, с. 439). А конкретні запитання для вимірювання рівня недовіри були використані з методики «Short Social Capital Assessment Tool (SASCAT)» (De Silva, M. J., Harpham, 2006). Рівень залученості до волонтерської діяльності можна визначити, використовуючи розширену методологію, запроповану Олександром Резніком (Резнік, 2023).

Збір первинної інформації здійснено компанією «Active Group» за допомогою онлайн-панелі «SunFlower Sociology». Метод: самозаповнення анкет громадянами України віком 18 та більше років. Вибірка: 206 анкет (відповідає соціально-демографічному розподілу населення станом на січень 2022 року з подальшими поправками на міграцію, спричинену повномасштабним вторгненням росії). Період збору даних: 24 лютого 2025 року. На основі даних, було розроблено індекси довіри, недовіри та волонтерства. Ключові результати дослідження: Дослідження впливу феноменів довіри і соціального капіталу та недовіри в українському суспільстві виявило значно складніший характер цих взаємозв'язків аніж очікувалось. Хоча прямих лінійних кореляцій немає, тим не менш, можна говорити про певні системні висновки:

1. Волонтерство як механізм компенсації. В Україні волонтерська діяльність активно розвивається на тлі низького рівня інституційної довіри, часто навіть в умовах відсутності міцної міжособистісної довіри. Іншими словами, багато людей стають волонтерами не тому, що вони високо довіряють інститутам та суспільству, а радше як відповідь на їх структурні недоліки. Самоорганізація в такому випадку виконує функції, які зазвичай належать державі та іншим формальним інститутам. Навіть підтримка ЗСУ часто

реалізується поза державними механізмами – через безпосереднє придбання необхідного обладнання та передачу його конкретним військовим підрозділам.

2. Відсутність прямої залежності між довірою та волонтерством. Отримані дані не підтверджують гіпотези про те, що вищий рівень довіри автоматично означає більш активне залучення людей до волонтерських ініціатив. Найбільш активні у волонтерстві люди мають середній рівень довіри. І саме він посилює волонтерську активність.

3. Суперечливий вплив недовіри на волонтерську активність. Недовіра також не завжди стає бар'єром для волонтерської діяльності. Навпаки, саме помірний рівень недовіри може бути мотиваційним чинником, що спонукає людей до самоорганізації та громадської активності. Водночас надмірна недовіра призводить до соціального відчуження, що знижує готовність громадян долучатися до волонтерських ініціатив та інших форм колективної діяльності.

4. Волонтерство як горизонтальна структура. В Україні волонтерський рух функціонує здебільшого незалежно від державних чи муніципальних інституцій, уникаючи бюрократії та формальної взаємодії з владою. Така автономність дозволяє діяти швидко і гнучко, що є особливо важливим в умовах кризових ситуацій. Однак це також ускладнює довгострокове планування та формування стабільних партнерств між волонтерськими ініціативами і державою, що могло б сприяти системним змінам.

5. Волонтерство не завжди зміцнює громади. Дані свідчать, що участь у волонтерських проєктах не завжди сприяє посиленню місцевих громад. Люди можуть активно допомагати іншим або підтримувати Сили Оборони України, але при цьому не відчувати себе частиною власної громади. Це вказує на слабку інтеграцію волонтерів у локальні соціальні структури та обмежену роль волонтерства у формуванні стійких громадських зв'язків. Отже, волонтерський рух відіграє важливу роль у розвитку соціального капіталу. Проте його вплив на рівень довіри та недовіри не є однозначним. Волонтерство може частково компенсувати нестачу довіри до державних інститутів та між членами громад, але воно не завжди сприяє розширенню горизонтальних зв'язків. Таким чином, розвиток волонтерського руху в Україні є одночасно проявом довіри (у межах волонтерських спільнот) і реакцією на загальний рівень недовіри до ширших суспільних та державних структур.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Lewicki Roy J., McAllister Daniel J., and Bies Robert J. Trust and Distrust: New Relationships and Realities. *The Academy of Management Review*, Vol. 23, Issue 3, 1998, pp. 438-458.

2. Short Social Capital Assessment Tool (SASCAT) Author(s): De Silva, M. J., Harpham, T., Tuan, T., Bartolini, doR., Penny, M. E., & Huttly, S. R. (2006). Psychometric and cognitive validation of a social capital measurement tool in Peru and Vietnam. *Social Science & Medicine*, <https://app.mhpss.net/resource/short-social-capital-assessment-tool-sascat>

3. Олександр Резнік. Залученість українців до волонтерської діяльності під час повномасштабної війни, Фонд «Демократичні Ініціативи ім. І.Кучеріва». 2023р, [https://dif.org.ua/article/oleksandr-reznik-zaluchenist-ukraintsiv-do-volonterskoi-diyalnosti-pid-chas-povnomasshtabnoi-viyni?utm\\_source=chatgpt.com](https://dif.org.ua/article/oleksandr-reznik-zaluchenist-ukraintsiv-do-volonterskoi-diyalnosti-pid-chas-povnomasshtabnoi-viyni?utm_source=chatgpt.com)

**Іванков Єгор**

студент V курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ПОВСЯКДЕННОГО ЖИТТЯ В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ УМОВАХ**

Життя в екстремальних умовах змушує людину змінювати звичний спосіб існування, пристосовуючись до нестачі їжі, води, медикаментів, безпеки та нормальних умов проживання. У таких ситуаціях доводиться приймати швидкі рішення, знаходити нестандартні способи розв'язання проблем та зберігати витривалість, як фізичну, так і психологічну.

В екстремальних умовах першочерговими стають фізіологічні потреби, від задоволення яких залежить виживання. Харчування в умовах дефіциту ресурсів потребує раціонального розподілу запасів, переходу на консервовані, сушені та сублимовані продукти через їхню довготривалу придатність. Важливим є пошук альтернативних джерел їжі, таких як збирання їстівних рослин, полювання та рибальство в природному середовищі. Вода є критично важливим ресурсом, адже без неї людина може прожити лише кілька днів. Тому головним правилом виживання є те, що вода важливіша за їжу. Фільтрація та очищення води за допомогою кип'ятіння, фільтрів, активованого вугілля, хімічних засобів, таких як йод або таблетки для очищення води, є життєво необхідними. В екстремальних умовах також можна використовувати дощову або талу воду. Житло та тепло відіграють значну роль у виживанні. У військових умовах це можуть бути укриття, бліндажі, підвали та траншеї, тоді як у природному середовищі - намети, землянки, печери та імпровізовані халабуди з гілок та снігу. Максимальна ізоляція від холоду досягається за допомогою

багатошарового одягу, обігріву тіла та використання теплих матеріалів, таких як шерсть та хутро (Добринь, С., Корсун, І. (2023)).

В екстремальних умовах психологічна стійкість та соціальна взаємодія відіграють вирішальну роль у виживанні. Психологічна витривалість передбачає контроль страху та стресу, вміння приймати холоднокровні рішення. Методи психологічного самозахисту, такі як рутина, обговорення проблем та взаємна підтримка, допомагають зберегти спокій. Використання медитації, дихальних вправ та афірмацій сприяє збереженню психологічної рівноваги. Соціальна взаємодія в екстремальних умовах часто передбачає утворення малих спільнот для підвищення шансів на виживання. Чіткий розподіл обов'язків, де кожен член спільноти відповідає за певну ділянку роботи (хтось шукає їжу, інші будують житло або чергують), є запорукою успіху. Спілкування відіграє важливу роль у підтримці морального духу та запобігає виникненню конфліктів. Волонтерство та допомога іншим в екстремальних умовах є не тільки проявом гуманізму, але й стратегією виживання. Організація спільних укриттів, пунктів харчування та обміну ресурсами сприяє подоланню труднощів та підвищує шанси на успіх. Взаємодопомога та підтримка ближнього є запорукою виживання в екстремальних умовах (Томчук С.М., Томчук М.І. 2018).

Безпека та самозахист є критично важливими аспектами виживання в екстремальних умовах. Орієнтація на місцевості відіграє ключову роль, адже вміння користуватися компасом, картами, орієнтуватися за зоряним небом та природними ознаками допомагає знаходити шлях та уникати небезпечних зон. Важливо обирати безпечний маршрут, уникаючи відкритих просторів, які можуть становити загрозу. Медична допомога в екстремальних умовах часто обмежена, тому знання основ першої допомоги, таких як зупинка кровотечі, перев'язка ран та іммобілізація кінцівок, є життєво важливими. Використання натуральних антисептиків, таких як сіль, спирт або кора дуба, може допомогти запобігти інфекціям. Важливою є також психологічна підтримка постраждалим, адже емоційний стан людини впливає на її здатність до одужання. Захист від ворогів та загроз передбачає, перш за все, непомітність. Уникнення яскравого одягу та зайвого шуму допомагає залишатися непоміченим. У разі необхідності самооборони, знання базових прийомів захисту та наявність імпровізованої зброї, такої як палиці або каміння, можуть допомогти захистити себе та своїх близьких (Осипенко С. І. 2019).

В умовах інформаційної ізоляції та відсутності традиційних засобів зв'язку, комунікація стає критично важливою для виживання. У таких ситуаціях на допомогу можуть прийти альтернативні способи, такі як радіозв'язок, використання сигнальних знаків, а також заздалегідь домовлені паролі та умовні позначення. Важливою є також збереження інформації, адже в екстремальних умовах вона може бути життєво необхідною.

Ведення щоденників, картографування місцевості та запис важливих контактів допомагають не втратити орієнтир та зберегти важливу інформацію. У випадку можливого захоплення, особливо у воєнний час, шифрування інформації стає запорукою безпеки та збереження важливих даних(Шулімова,Д. Д., Бойко,А. О., Постніков,Є. І.,Войтишин,А. Д., Коновал,Р. М.(2024)) .

Адаптація до довготривалих екстремальних умов вимагає від людини не тільки фізичної витривалості, але й психологічної стійкості. Вироблення звичок є ключовим елементом успішної адаптації. Розробка чіткої щоденної рутини, яка включає харчування, відпочинок та навіть розваги, допомагає організувати життя в умовах невизначеності. Важливо мінімізувати енерговитрати, економно використовувати ресурси та зменшувати зайві рухи. Освоєння нових навичок стає необхідністю для виживання. Самостійне навчання основ медицини, ремонту та технічних навичок розширює можливості людини в екстремальних умовах. Адаптація до місцевих умов та використання природних ресурсів для покращення умов життя є запорукою успіху. Підтримка надії та мотивації є критично важливою для збереження психологічного здоров'я. Наявність цілей та завдань, навіть у найскладніших умовах, надає сенс існуванню. Використання гумору та спогадів про позитивні моменти допомагає підтримувати психічне здоров'я та зберігати оптимізм (Поручинська Т. Ф., Пасичнюк І. Ф., Поручинський А. І. 2021) .

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Добринь, С., Корсун, І. (2023). Класифікація потреб у контексті поведінкової економіки. Економіка та суспільство, (50). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-38> (дата звернення: 11.02.2025)

2. Томчук С.М., Томчук М.І. Психологія тривоги, страху та агресії особистості в освітньому процесі: [монографія] / Сергій Михайлович Томчук, Михайло Іванович Томчук. – Вінниця: КВНЗ «ВАНО», 2018. – 200 с. (дата звернення: 11.02.2025)

3. Осипенко С. І. Захист і самопоміч у надзвичайних ситуаціях : навч. посіб. Київ: ДСНС України, 2019. 48 с. URL: [https://childrenofwar.gov.ua/load/148/protection\\_and\\_selfhelp.pd](https://childrenofwar.gov.ua/load/148/protection_and_selfhelp.pd) (дата звернення: 11.02.2025).

4. Шулімова,Д. Д., Бойко,А. О., Постніков,Є. І.,Войтишин,А. Д., Коновал,Р. М.(2024). Альтернативні способи безпечного отримання результатів вимірювань з електропідстанцій.Сучасний захист інформації, 4(60), 109–116. <https://doi.org/10.31673/2409-7292.2024.040011> (дата звернення: 11.02.2025)

5. Екологічна фізіологія людини. Навчальний посібник для студентів спеціальності 091 Біологія, освітньо-професійних програм Біологія, Лабораторна діагностика / укладачі: Поручинська Т. Ф., Пасичнюк І. Ф., Поручинський А. І. Луцьк, 2021. 272 с (дата звернення: 11.02.2025)

**Лавренюк Владислав**

доцент кафедри банківської справи та страхування, факультет фінансів  
Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна

## **ВПЛИВ ESG-ПРАКТИК НА КОРПОРАТИВНУ РЕПУТАЦІЮ ТА СУСПІЛЬНУ ДОВІРУ ДО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ**

У сучасному банківському секторі врахування чинників сталого розвитку – екологічних, соціальних та управлінських (ESG) – стає критично важливим для довіри суспільства та зміцнення корпоративної репутації банків. Регулятори, інвестори і клієнти все більше очікують від фінансових установ відповідального ведення бізнесу, недарма 93% найбільших світових компаній вже сьогодні публікують ESG звіти (*Do sustainable banks outperform?*, 2019). На сьогодні, банківський бізнес стикається з постійними викликами щодо своєї репутації та рівня довіри з боку суспільства та регуляторів, тому застосування ESG (екологічних, соціальних та управлінських) принципів стає важливим елементом сталого розвитку, й дієвим інструментом зміцнення довіри клієнтів та зниження репутаційних ризиків. З погляду теорії зацікавлених сторін (*stakeholder theory*), компанія несе відповідальність перед широким колом стейкхолдерів – клієнтами, працівниками, інвесторами, суспільством. Фінансові установи, що впроваджують ESG-практики, демонструють врахування інтересів усіх цих груп, що зміцнює суспільну підтримку і легітимність банку. Виявлено, що посилення ESG-практик у банках балансує інтереси всіх сторін і істотно покращує рівень репутації. Дослідження показують, що банки, які активно інтегрують ESG-практики, здатні компенсувати репутаційні втрати, спричинені фінансовими санкціями та регуляторними порушеннями (*Mango et al.*, 2023). За даними Newsweek, у 2022 році було складено перелік «Найбільш соціально відповідальних банків світу», куди увійшло 175 банків, що мають найвищі комплексні оцінки за трьома напрямками ESG. Ранкінг базувався на: 1) об'єктивних KPI (близько 30 показників за E, S та G компонентами); 2) опитуванні ~45 тис. споживачів щодо соціальної відповідальності банків у яких вони обслуговуються. Банківські установи, які потрапили у ранкінг, отримали

високе суспільне схвалення, що підтверджує гіпотезу про те, що «активність у ESG на пряму пов'язана із репутацією та суспільною довірою» (*World's Most Socially Responsible Banks, 2023*).

Окрім впливу на репутацію, ESG-практики можуть впливати на фінансову стратегію банків, зокрема їхню залежність від різних джерел фінансування. На основі дослідження американських компаній виявлено, що високі репутаційні ESG-ризики банків змушують компанії зменшувати обсяги кредитування, що сигналізує про чутливість ринку капіталів до імплементації ESG-практик (*Newton et al., 2023*). Водночас, впровадження ESG-практик у банківському бізнесу значно залежить і від форми власності банку. Зокрема, аналіз діяльності індійських банків показав, що приватні банки стикаються з більшими труднощами імплементації ESG-стандартів, особливо у соціальній сфері, що негативно позначається на їхній фінансовій ефективності. Натомість державні банки демонструють кращу кореляцію між впровадженням ESG-практик і рівнем прибутковості, що пояснюється їхнім зобов'язанням щодо виконання державних програм сталого розвитку (*Jaiwani & Gopalkrishnan, 2023*). Міжнародний досвід свідчить, що ефективно впровадження ESG-практик зміцнює суспільну довіру до банківських установ, зокрема європейські та американські банки, які активно застосовують ESG-стратегії, демонструють вищий рівень репутації та довіри, що приваблює інвесторів та клієнтів. Окрім цього, регуляторні органи в останні роки активно сприяють впровадженню ESG-практик, що забезпечує підвищення довіри до фінансового сектору в цілому (*Лагодієнко, 2024*).

Проте, імплементація ESG-практик не завжди захищає банки від репутаційних ризиків, особливо це стосується фінансових санкцій. Дослідження практики італійських банків показало, що навіть високий ESG-рейтинг не гарантує уникнення штрафів від регулятора, що підкреслює важливість комплексного підходу до впровадження ESG-практик, як до стратегії управління ризиками та репутацією (*Mure et al., 2020*).

Отже, ефективно впровадження ESG-практик є важливим інструментом формування довіри до банківської системи, оскільки банки, які відповідально ставляться до екологічних, соціальних викликів та мають прозоре управління, отримують більшу підтримку суспільства і міцніший репутаційний імунітет. Важливо враховувати, що лише формальне декларування ESG-практик без їхньої реальної імплементації (так званий *ESG-washing*) може призвести до протилежного ефекту (репутаційні втрати, підрив довіри клієнтів, інвесторів). Таким чином, ESG-практики є не лише засобом управління репутаційними ризиками, а й дієвим інструментом зміцнення конкурентних переваг банківського сектору, оскільки формування довіри на основі екологічної, соціальної та управлінської

відповідальності забезпечує сталість фінансової системи та сприяє її адаптивності до викликів майбутнього.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Do sustainable banks outperform?. *Global Alliance for Banking on Values*. 2019. URL: <https://www.gabv.org/resources-research/do-sustainable-banks-outperform-2019/> (дата звернення: 18.02.2025)
2. Mango et al. Supervisory sanctions, ESG practices, and banks' reputation: A market performance analysis of sanctioned banks. *Corporate Ownership and Control*. 2023. Т. 20, № 3, special issue. pp. 343–350. URL: <https://doi.org/10.22495/cocv20i3siart9> (дата звернення: 18.02.2025)
3. World's Most Socially Responsible Banks 2022. *Newsweek*. 2023. URL: <https://www.newsweek.com/rankings/worlds-most-socially-responsible-banks-2022> (дата звернення: 18.02.2025)
4. Newton et al. Firm ESG reputation risk and debt choice. *European Financial Management*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1111/eufm.12468> (дата звернення: 18.02.2025)
5. Jaiwani M., Gopalkrishnan S. Do private and public sector banks respond to ESG in the same way? Some evidences from India. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 32 No. 1, pp. 194-221. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2023-0340> (дата звернення: 18.02.2025)
6. Лагодієнко О. Впровадження корпоративних практик ESG: міжнародний досвід. *Економічний простір*. 2024. № 193. с.109–115. URL: <https://doi.org/10.30838/ep.193.109-115> (дата звернення: 18.02.2025)
7. Mure et al. ESG and reputation: The case of sanctioned Italian banks. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2020. URL: <https://doi.org/10.1002/csr.2047> (дата звернення: 18.02.2025).

**АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ СУКУПНОЮ ВАРТІСТЮ ПРОЖИВАННЯ ТА  
РІВНЕМ КРИМІНОГЕННОЇ СИТУАЦІЇ У МІСТАХ:  
ПОРІВНЯЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ**

У сучасних містах рівень вартості життя та криміногенна ситуація є ключовими факторами, що впливають на якість життя мешканців. Взаємозв'язок між цими показниками є складним та залежить від низки соціально-економічних чинників. У даній доповіді розглянуто основні закономірності між вартістю проживання та рівнем злочинності на основі статистичних та аналітичних досліджень.

Аналіз показує, що міста з високою вартістю життя не завжди мають нижчий рівень злочинності. Одним із факторів, що впливають на цей взаємозв'язок, є соціальна нерівність. У містах із значними розривами в доходах між різними соціальними групами може спостерігатися вищий рівень майнових злочинів, навіть якщо середня вартість життя є високою. Крім того, міста з розвинутою економікою та високими цінами на житло часто залучають значну кількість робочої сили, що може призводити до зростання тіньової економіки та деяких видів злочинної діяльності.

Так порівнюючи вартість життя та криміногенну ситуацію відповідно до даних сервісу "numbeo.com" можна виявити суперечливі випадки. Згідно з даними сервісу у Великій Британії спостерігається варіативність рівня злочинності та вартості життя в різних містах. Наприклад, Бредфорд очолює рейтинг найнебезпечніших міст Європи, тоді як Лондон має високий рівень злочинності, але також і високу вартість життя. Водночас, міста з нижчою вартістю життя, такі як Ковентрі та Бірмінгем, також демонструють високі показники злочинності. Це свідчить про складний взаємозв'язок між економічними факторами та криміногенною ситуацією, де соціальна нерівність та інші чинники можуть впливати на рівень злочинності незалежно від загальної вартості життя в місті.

Статистичний аналіз міст із різними рівнями вартості життя демонструє, що міста з низькою вартістю проживання можуть мати як високий, так і низький рівень злочинності. Фактори, що визначають цю різницю, включають ефективність роботи правоохоронних органів, рівень зайнятості населення та наявність соціальних програм. Наприклад, у країнах із розвинутою системою соціального захисту навіть міста з середньою вартістю життя можуть мати низький рівень криміногенності.

Таким чином, взаємозв'язок між вартістю життя та рівнем злочинності є багатовимірним і залежить від низки соціально-економічних умов. Для зниження рівня злочинності необхідно не лише підвищувати добробут населення, а й забезпечувати ефективну політику соціального захисту, доступність якісної освіти та робочих місць. Подальші дослідження повинні зосередитися на глибокому аналізі окремих категорій злочинів та їх впливу на різні економічні групи населення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cost of living. www.numbeo.com. 20.02.2025. URL: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/> (дата звернення: 20.02.2025).
2. Europe: Crime Index by City. www.numbeo.com. URL: [https://www.numbeo.com/crime/region\\_rankings.jsp?title=2025&region=150](https://www.numbeo.com/crime/region_rankings.jsp?title=2025&region=150) (дата звернення: 20.02.2025).
3. Sampson Robert J. Great American City: Chicago and the Enduring Neighborhood Effect. Sage Publications, Ltd.
4. Saskia S. Cities in a World Economy. SAGE Publications, 2018.

**Ляшенко Ольга**

здобувач ступеня вищої освіти магістра  
за спеціальністю «Психологія»

*Національна академія внутрішніх справ, Україна*

## ВПЛИВ САМОАКТУАЛІЗАЦІЇ НА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СМИСЛОЖИТТЄВИХ ОРІЄНТАЦІЙ КУРСАНТІВ

Ключовим аспектом освітнього процесу в закладі вищої освіти із специфічними умовами навчання є підтримка молоді у визначенні власного життєвого шляху, самоусвідомленні та усвідомленні свого місця в цьому світі. У цей період формуються основні життєві орієнтири, особисті цінності, ідеали та стабільний світогляд. Молоді люди в цей час починають розуміти, що є важливим у їхньому житті, які цілі та принципи визначають їхній шлях, створюючи основу для організації їхнього життєвого простору.

Проблема особистісного успіху стає надзвичайно важливою, оскільки вона пов'язана з досягненням самореалізації та прагненням до самоактуалізації. Потреба в цих процесах є характерною ознакою зрілої особистості. Ідея самоактуалізації займає одне з центральних місць у сучасних теоріях про людину, зокрема в гуманістичній психології, яка

є одним з ключових напрямків у сучасній психології. Отже, прагнення до самореалізації та самоактуалізації має величезне значення, оскільки є не лише індикатором особистісної зрілості, а й необхідною умовою для її досягнення. Крім того, процес самоактуалізації позитивно впливає на професійний успіх, що підтверджується результатами численних досліджень.

Поняття «самоактуалізація» вперше ввів у науковий обіг нейрофізіолог Курт Гольдштейн (*Goldstein, 1967*), ставлячи перед собою завдання осмислити універсальний принцип життя, який є головним і єдиним мотивом людського існування. Беручи до уваги цей підхід, можна стверджувати, що різноманіття напрямів і цілей самоактуалізації особистості курсанта може пояснюватися його індивідуальними можливостями та різними перепонами, які зустрічаються на шляху в процесі її розвитку. Подолання цих труднощів веде або до адаптації до соціального середовища – курсантського колективу, або до здобуття контролю над ним, що дозволяє знаходити більш ефективні стратегії поведінки. Отже, можна стверджувати, що процес розвитку та удосконалення особистості курсанта нерозривно пов'язаний із соціальними взаєминами.

Разом із тим, у контексті зарубіжної психології віковий аспект самоактуалізації молодих людей може бути представлений і через концепцію «пропріуму», що розглядається як позитивна, творча характеристика людської природи, яка спрямована на зростання та розвиток. Для прикладу, К. Роджерс, описував самоактуалізацію як активізацію вродженого бажання людини до саморозвитку та співвіднесення себе з тим, якою має бути особистість (*Rogers, 1995*). Звідси в самоактуалізації курсантської молоді може виявлятися вроджене бажання до саморозвитку та співвіднесення себе з тим, якою має бути особистість. Звісно, що лише за наявності сприятливих умов особистісний потенціал успішно розкриватиметься, саме тому актуальності набуває найближче референтне оточення та умови зростання. На наше переконання, самоактуалізація – це завжди вибір у бік зростання, а також чесність та відповідальність за свій вибір, нонконформізм та свобода у вираженні власної позиції. Вона є постійною рушійною силою особистісної динаміки. Звідси, слід констатувати, що процес самоактуалізації може бути передумовою, або ж навіть результатом процесу життєстановлення курсанта. Самоактуалізація діє як механізм саморегуляції соціальної поведінки особистості. Отже, саме під час процесу самоактуалізації особистості курсанта відбувається усвідомлення системи смисложиттєвих орієнтацій, які визначають засоби досягнення конкретних життєвих та професійних цілей, тому виступають основою в саморегуляції його соціальної поведінки.

Зрештою, у межах теорії потреб виокремлюються вісім шляхів самоактуалізації:  
– самоактуалізація передбачає життя без сором'язливості;

- самоактуалізації як внутрішній стержень «Я», що є поштовхом до розвитку»;
- самоактуалізація як процес, в основі якого закладений постійний вибір: йти далі чи відступити, збрехати чи бути чесним тощо;
- самоактуалізація як відповідальність за себе та власні вчинки;
- прислухатися до власного «Я» є запорукою правильного життєвого вибору;
- самоактуалізація як актуалізація власних можливостей;
- розкриття себе важливе в усвідомленні власних позитивних та негативних сторін;
- мета життя як розвиток через усвідомлення власних проблем і суперечностей  
(Hale, Ricotta, Freed, Smith, & Huang, 2019).

У процесі самоактуалізації курсантської молоді відбувається розуміння кожним представником необхідності взаємодії із соціальним середовищем, необхідність брати відповідальність за власне життя у свої руки та сприйняття оточуючих (колег, друзів) як суб'єктів, а не засобів для досягнення цілей та власної вигоди. Також у процесі самоактуалізації розвивається часова компетентність особистості курсанта, тобто минуле сприймається лише як джерело досвіду, майбутнє – як сфера цілепокладання, а теперішнє – як єдиний доступний часовий вимір для прояву соціальної активності. Отже, самоактуалізація відбувається на будь-якому етапі онтогенезу. Акти самоактуалізації можна прослідковувати на кожному етапі життєвого (професійного) становлення: курсант вчиться теорії, починає поєднувати це з практичною діяльністю, усвідомлює себе в межах професії, зливається з професією в прикладному застосуванні. Все це дозволяє вести мову про певну особистісну чи соціальну (професійну) компетентність.

У продовження слід зазначити, що самоактуалізація це ще й процес розкриття індивідом своїх внутрішніх можливостей і застосування їх для досягнення особистого життєвого призначення (Okhrimenko, Perkatyi, Topchii, Andrusyshyn, & Ponomarenko, 2022; Worth, & Smith, 2021). Звідси самоактуалізація – це цілеспрямовані дії курсанта, спрямовані на розвиток своїх здібностей, розкриття власного потенціалу; як різносторонній принцип життя, що контролює постійний запас енергії, який спрямований на рівномірний розподіл ресурсів.

У підсумку, самоактуалізація особистості є основним фактором життєвої та професійної мотивації особистості курсанта, що пов'язаний із усвідомленням сенсу життя чи професії. Здебільшого її досліджують у зрізі життєвих цінностей, усвідомлення цілей, сенсу життя та власної гідності. З огляду на наукові джерела, можна стверджувати, що на сьогодні набувають значимості певні ключові якості, властиві самоактуалізованим особистостям, зокрема курсантами ЗВО, що сприяють їхньому ефективному розвитку та прогресу. До них слід віднести: активність, відповідальність, позитивне ставлення до себе

та навколишнього світу, цілісність, креативність, здатність долати труднощі та інші. Врешті-решт, ці характеристики є інтегральними ознаками, які формуються через процес самоактуалізації. Вони не є простим набором окремих рис особистості курсанта, а виступають як система взаємозв'язків між різними її компонентами та структурами.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Goldstein, K. (1967). Kurt Goldstein (W. Riese, Ed.). In E. G. Boring & G. Lindzey (Eds.). *A history of psychology in autobiography*, 5, 145–166. <https://doi.org/10.1037/11579-006>
2. Rogers, C. (1995). *On becoming a person: A therapist's view on psychotherapy, humanistic psychology, and the path to personal growth*. Boston: HarperOne.
3. Hale, A. J., Ricotta, D. N., Freed, J., Smith, C. C., & Huang, G. C. (2019). Adapting Maslow's hierarchy of needs as a framework for resident wellness. *Teaching and Learning in Medicine*, 31(1), 109–118. <https://doi.org/10.1080/10401334.2018.1456928>
4. Worth, P., & Smith, M. D. (2021). Clearing the Pathways to Self-Transcendence. *Frontiers in Psychology*, 12, 648381. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.648381>
5. Okhrimenko, I., Perkatyi, R., Topchii, H., Andrusyshyn, Y., & Ponomarenko, A. (2022). Level of self-educational competence of cadets of higher educational institutions with specific training environment. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 14(3), 66–87. <https://doi.org/10.18662/rrem/14.3/598>

#### Ліскович Назарій

доктор філософії в галузі економіки,  
доцент кафедри менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності підприємств  
*Державне підприємство "Київський авіаційний інститут", Україна*

#### Павлючик Ірина

студентка IV курсу спеціальності «Менеджмент»  
факультет економіки та бізнес-адміністрування  
*Державне підприємство "Київський авіаційний інститут", Україна*

### КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

В умовах сьогодення бізнес має постійно приймати гідно виклики від зовнішнього середовища і бути чесним та відповідальним не тільки за свою діяльність, а й за суспільство в цілому, щоб бути конкурентоспроможним на ринку і саме корпоративна соціальна

відповідальність, яка є частиною сталого розвитку, відіграє важливу та ключову роль в розвитку та успішності підприємств, тому я вважаю, що дана тема наукової тези є важливою та актуальною.

Існує безліч визначень і трактувань поняття “корпоративна соціальна відповідальність”, проаналізувавши думки вчених можу підсумувати, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це стратегічний підхід підприємств, метою якого є отримання прибутку та завоювання лояльності клієнтів, тому він займається не тільки своєю діяльністю, а й в цілому зосереджує увагу на турботі про внутрішнє та зовнішнє середовище.

В сталому розвитку існує 17 глобальних цілей, які спрямовані на забезпечення трьох складових: економічної, екологічної та соціальної. Сталий розвиток забезпечує себе підтримкою свідомого бізнесу, який займається не тільки своєю діяльністю, максимізацією прибутку, а й виконанням певних глобальних цілей сталого розвитку.

Якщо казати про український досвід, то вже багато підприємств, які є соціально відповідальним бізнесом. До прикладу «IDS Ukraine» — провідний національний виробник та експерт з питань якості природних мінеральних вод, які видобуваються в заповідних регіонах України та є еталоном якості згідно з найвищими міжнародними стандартами. Дана компанія завдяки спільній соціально-екологічній ініціативі “Моршинської” і MyWaterShop "Зелена Торба", для того, щоб прийняти участь у сортуванні пластику потрібно купити воду на Mywatershop.ua і до замовлення додати спеціальну сітку для сортування, а вже потім можна буде обміняти порожні пляшки на нову спеціальну сітку. Також з 24 лютого 2022 року, компанія безкоштовно надала свою продукцію на потреби ЗСУ, лікарень, на деокуповані території та тимчасово переміщеним особам, закупила військове спорядження своїм працівникам, які вступили до лав ЗСУ на ТРО, також вона виплачує таким працівникам і досі заробітну плату. Компанія має більше 200 надійних партнерів, які надають якісну питну воду тим, хто цього найбільше потребує.

Компанія Дарниця - фармацевтичне підприємство України у формі приватного акціонерного товариства, має такі напрямки корпоративно соціальної відповідальності: допомагає благодійністю для підтримки здоров'я та благополуччя, тобто вони надали підтримку своїми ліками лікарням, благодійним фондам, військовим частинам, надали фінансову підтримку і також надали гуманітарну допомогу мешканцям Херсонської області після деокупації Правобережжя та катастрофи на Каховській ГЕС; підтримує культуру та прогресивну освіту, вісім років фармацевтична компанія «Дарниця» допомагає Українському католицькому університету, станом на 2024 рік для Українського католицького університету Дарницею разом з Zagoriy Foundation передано 4 млн грн для

викладацьких та студентських стипендій; відповідальне споживання та виробництво, проводиться збір та подальша утилізація відпрацьованих люмінесцентних ламп та батарейок від співробітників компанії, щорічно кількість відходів, що передаються на переробку становить близько 70%, компанія функціонує на засадах "Зеленого офісу", встановлено системи очищення води, автоматичного контролю освітлення і теплопостачання, введений роздільний збір відходів, організовано збір та подальшу безпечну утилізацію протермінованих лікарських засобів.

Якщо говорити про світовий досвід, то у них майже всі компанії є соціально відповідальними по відношенню до їх стейкхолдерів. До прикладу компанія McDonalds – це найбільша у світі мережа ресторанів громадського харчування, що обслуговує понад 69 мільйонів клієнтів щодня у 120 країнах, яка займається також корпоративно соціальною відповідальністю, вона допомагає впроваджувати кліматичні заходи, захищає природні ресурси, зменшують кількість відходів і переходять на більш екологічну упаковку та іграшки. З 2018 по 2023 року вони скоротили використання первинного пластику на основі вуглеводневого палива в іграшках Happy Meal на 63,7%. У 2023 році понад 88,3% ресторанів на ринках з розвинутою інфраструктурою надали можливість переробляти та або компостувати предмети упаковки. З 2022 року вони пропонують курс “Інклюзивне лідерство” для співробітників на посадах рівня директора та вище. Даний курс заохочує лідерів вивчити політики, практики, дії, кола впливу та зв'язки, які сприяють зміцненню культури інклюзії в Компанії.

Компанія Puma - німецький виробник спортивного взуття й реманенту, є одним зі світових лідерів у своїй галузі, має такі напрямки корпоративної соціальної відповідальності: права людини, клімат, круглість, тобто перехід до більш циклічної бізнес-моделі, продукція, вони гарантують, що 90% продуктів містять більш екологічні матеріали та компоненти; хімікати, нульовий викид усіх небезпечних хімікатів із ланцюга поставок; пластмаси та океан, об'єднання зусиль для зменшення забруднення пластиком; вода і повітря, передова галузева практика щодо якості стічних вод і викидів у повітря до 90% для основних постачальників PUMA; біорізноманіття, відзначення біорізноманіття за допомогою сертифікованих і відстежуваних матеріалів; здоров'я та безпека, значне зниження рівня травматизму для досягнення нульового рівня аварій зі смертельними наслідками та рівня травматизму нижче середнього по галузі; справедливий дохід, картування та вдосконалення практики оплати праці в основних країнах-постачальниках. Цілі PUMA 10FOR25 охоплюють широкий спектр тем сталого розвитку, включаючи права людини, клімат і круглообіг. Їхні цілі узгоджуються з Цілями сталого розвитку ООН і

гарантують, що PUMA працює над тим, щоб зробити свій основний бізнес ще більш стійким.

Отже, дослідивши досвід корпоративно соціальної відповідальності (КСВ) на прикладі українських та зарубіжних компаній можемо сказати, що корпоративна соціальна відповідальність зарубіжних країн є набагато ширшою та глибшою на відміну від українських підприємств, попри відмінність між корпоративно соціально відповідальностями, КСВ відіграє важливу роль в формуванні сталого розвитку, зважаючи на, те що у кожній компанії є головною метою це отримання прибутку, для цього вони займаються своєю корпоративно соціальною відповідальністю в різних напрямках і тим самим сприяють розвитку сталому розвитку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Благодійність. Режим доступу: <https://www.ids.ua/uk/company/blagodijnist/>
2. Денис Стаджі. Топ-25 кращих програм КСВ. Режим доступу: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-luchshih-programm-kso-29062021-429340>
3. Концепція сталого розвитку. Режим доступу: <https://sdl.org.ua/about-sustainable-development/>
4. Софія Старк: Що таке CSR та навіщо вона бізнесу. Режим доступу: <https://inweb.ua/blog/ua/shho-take-csr-ta-navishho-vona-biznesu/>
5. Соціальна відповідальність. Режим доступу: <https://darnytsia.ua/csr>
6. Що таке корпоративна соціальна відповідальність та навіщо вона бізнесу. Режим доступу: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-korporatyvna-soczialna-vidpovidalnist-ta-navishho-vona-biznesu>
7. Explore Forever.Better. Режим доступу: <https://about.puma.com/en/sustainability>
8. Our Planet. Режим доступу: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-purpose-and-impact/our-planet.html>

**Позній Олександр**

фахівець 1-ої категорії  
Інституту соціологічних досліджень,  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **РОЛЬ РЕЛІГІЙНИХ СПІЛЬНОТ У ФОРМУВАННІ КОЛЕКТИВНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ СЕКУЛЯРИЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Актуалізуючи обрану проблематику, слід зазначити, що у сучасному глобалізованому світі релігія продовжує відігравати вагомий роль у суспільному житті, особливо в умовах соціальних трансформацій, криз і конфліктів. Незважаючи на посилення секуляризаційних процесів, релігійні спільноти залишаються впливовими агентами соціалізації, намагаються підтримувати нормативний порядок та сприяють певній інституціоналізації моральних орієнтирів. В умовах продовження активних військових дій на території України значення релігії як чинника соціальної інтеграції стає ще більш суттєвим. В такому контексті, релігія не лише виконує функцію індивідуальної духовної орієнтації, але й виступає стабілізуючим фактором у суспільстві, сприяючи адаптації до нових реалій та відтворенню соціальної згуртованості.

Ритуали, богослужіння та релігійні святкування займають примітне місце у процесах формування колективної ідентичності, створюючи спільний культурний код та забезпечуючи трансляцію символічних значень. Участь соціальних суб'єктів у релігійних заходах не лише зміцнює особистісну релігійну ідентичність, але й сприяє усвідомленню спільної історичної спадщини, культурного надбання та національної самобутності. В українських реаліях ці практики набувають особливої важливості у контексті зміцнення національної ідентичності на тлі зовнішніх загроз, зокрема у протистоянні російській інформаційній та військовій агресії. У цьому контексті слід звернути увагу на феномен секуляризації як невід'ємний елемент соціальної модернізації, що має неоднорідний вплив на різні суспільства. Попри загальну тенденцію до зниження впливу релігії на суспільне життя, вона зберігає статус значущого соціального інституту. В умовах війни та системних соціальних потрясінь релігійні організації виконують важливі функції соціальної підтримки та психологічної реабілітації постраждалих. Вони не лише забезпечують гуманітарну допомогу, але й сприяють ресоціалізації осіб, які переживають важкі життєві ситуації. У кризові періоди релігійні спільноти виконують функцію соціального центру, який забезпечує комунікативний простір для взаємопідтримки та збереження колективного сенсу у складних життєвих обставинах.

Сучасне релігійне життя в Україні характеризується багаторівневими процесами, що поєднують традиційну релігійність із новими формами духовних практик. З одного боку, зберігається вплив домінуючих конфесій, таких як православ'я та греко-католицизм, що виконують значущу роль у збереженні національної самобутності та традиційних цінностей. З іншого боку, зростає популярність нових релігійних рухів і неформальних духовних практик, що відповідає загальносвітовим тенденціям трансформації релігійності під впливом глобалізаційних процесів, урбанізації та цифрової комунікації. Таким чином, аналіз релігії як соціального феномену дозволяє глибше зрозуміти механізми формування колективної ідентичності та способи її відтворення в умовах кризових суспільних трансформацій.

Для емпіричної ілюстрації означених теоретичних нарисів звернемося до результатів дослідження, проведеного компанією Active Group за допомогою онлайн-панелі SunFlower Sociology. Методом анкетування було опитано громадян України віком від 18 років і старше. Вибірка складалася з 1200 анкет, репрезентативних за віком, статтю та регіонами України. Період збору даних - 25 січня 2024 року. За даними дослідження, теоретична похибка з довірчою ймовірністю 0,95 не перевищує 2,9%

Таблиця 1. Розподіл відповідей респондентів на питання «В яких з зазначених напрямків релігійні спільноти є важливими центрами підтримки під час війни?» (у %)

Релігійні організації реалізують благодійні та гуманітарні ініціативи	31,6
Релігійні спільноти стають центром волонтерських ініціатив	24,9
Релігія майже не впливає на громадянську активність	19,5
Пошук моральної підтримки для громадянського спротиву	14,6
Відновлення зруйнованих храмів	13,7
Релігійні лідери можуть сприяти вирішенню конфліктів	13,0
Релігія і громадянська активність - це два різних аспекти життя	12,8
Релігія спонукає до більшої громадянської активності	12,5
Інше	5,0
Важко відповісти	29,6

Аналізуючи отримані дані, можна побачити, що під час війни релігійні спільноти найчастіше асоціюються з осередками, які надають гуманітарну допомогу та реалізують благодійні ініціативи. Це, ймовірно, є наслідком їхньої активної включеності у процеси протидії російському вторгненню. Варто відзначити, що релігійні спільноти в таких умовах прагнуть набути статусу, подібного до громадських і волонтерських організацій, які відіграють ключову роль у становленні громадянського суспільства в Україні та сприяють національній консолідації. У цьому контексті стає зрозумілим, чому респонденти на другому місці визначили роль релігійних спільнот як центрів волонтерських ініціатив - 24,9%. Частково це можна пояснити діяльністю міжнародних релігійних благодійних

фондів, таких як «Caritas», які активізували свою роботу в Україні після початку війни. Такі показники вказують на мобілізаційну функцію релігійних спільнот та їхню здатність об'єднувати людей для надання соціальної допомоги різного спрямування. Таким чином, респонденти на перші позиції поставили функції, які традиційно не були притаманні релігійним спільнотам, а скоріше запозичені з практик розповсюджених в громадянських суспільствах. Можна припустити, що це є реакцією на посилення секуляризаційних процесів та бажанням релігійних спільнот не лише зберегти свій вплив, а й розширити його через соціально затребувані ініціативи.

Цікаво, що частка респондентів, які вважають, що релігійні спільноти повинні виконувати функцію моральної підтримки громадянського спротиву, становить лише 14,6%, що майже вдвічі менше. Це вказує на певний дисбаланс запитів: в умовах війни потреба у матеріальній допомозі є більш актуальною, ніж потреба у моральній підтримці.

Окрім благодійної та мобілізаційної функцій, релігійні спільноти залишаються важливими символічними центрами, які сприяють консолідації суспільства. Особливе місце у цьому процесі посідають релігійні лідери, яких 13% респондентів вважають посередниками у вирішенні соціальних конфліктів. Це узгоджується із загальносвітовою практикою залучення релігійних діячів до миротворчих ініціатив. Однак варто відзначити, що цей показник є порівняно низьким, що може свідчити про відсутність загальнонаціональних релігійних лідерів, які мали б широку підтримку серед різних конфесій. Наявні лідери мають радше локальний або регіональний вплив. Це питання потребує подальших соціологічних досліджень, щоб визначити, кого саме українці вважають релігійним лідером і чи усвідомлюють вони їхню роль у суспільстві.

Ці тенденції також вказують на певну поляризацію поглядів щодо взаємозв'язку між релігійністю та громадянською активністю. Частина опитаних розглядає ці сфери як незалежні - 12,8%, тоді як майже п'ята частина респондентів вважає, що релігія взагалі не впливає на громадянську активність - 19,5%. Це може бути наслідком секуляризації, а також відмінностей у рівні релігійної залученості серед представників різних соціальних груп.

Водночас 13,7% респондентів акцентують увагу на важливості відновлення зруйнованих храмів, що підкреслює значення релігійної інфраструктури не лише як місця поклоніння, а й як культурного символу. В умовах війни релігійні об'єкти стають маркерами історичної пам'яті та колективної ідентичності, що свідчить про їхню значущість у суспільній свідомості.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує трансформацію ролі релігійних спільнот в українському суспільстві під час війни. Основний акцент зміщується на соціальну підтримку, волонтерську діяльність та гуманітарну допомогу, що свідчить про

адаптацію релігійних інституцій до запитів громадянського суспільства. Така тенденція може бути реакцією на посилення секуляризаційних процесів, що спонукає релігійні спільноти не лише зберігати свій вплив, але й розширювати його через соціально затребувані ініціативи.

Значна поляризація відповідей щодо взаємозв'язку релігійності та громадянської активності вказує на потребу подальшого дослідження ступеня релігійної залученості та її впливу на суспільну консолідацію. Також залишається відкритим питання щодо ролі релігійних лідерів у миротворчих процесах, оскільки їхній вплив в українському контексті наразі залишається локалізованим. Перспективним напрямом подальших досліджень є аналіз довготривалих наслідків взаємодії релігійних спільнот і громадянського суспільства, зокрема їхньої ролі у формуванні національної ідентичності, а також вивчення потенційної еволюції релігійних організацій у повоєнний період.

**Санжаревський Денис**

аспірант кафедри бізнес-економіки та підприємництва  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТРАНСПОРТНИХ КОМПАНІЙ ТА ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ВОДНІЙ ЛОГІСТИЦІ**

У сучасних умовах глобалізації та геоекономічних змін водний транспорт відіграє важливу роль у забезпеченні сталого економічного розвитку, міжнародної торгівлі та логістики. Водночас, діяльність транспортних компаній має значний соціальний і екологічний вплив, що вимагає впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та сталого розвитку. Зростаюча увага до екологічних стандартів, енергоефективності, соціального партнерства та етичного ведення бізнесу створює нові виклики та можливості для водної логістики. Особливо - це актуально для України, яка має значний потенціал розвитку внутрішніх водних шляхів і портової інфраструктури. Впровадження соціально відповідальних практик може сприяти не лише екологічній безпеці, а й підвищенню конкурентоспроможності українських транспортних компаній на міжнародному ринку.

Розвиток водної логістики в Україні вимагає впровадження ефективних механізмів управління, зокрема, з урахуванням принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності. У сучасних наукових дослідженнях особливу увагу приділяють питанням ентропійного управління логістичними процесами, мінімізації ризиків через відповідність

нормативним стандартам та стратегічному розвитку підприємств в умовах глобальних змін. Дослідження Nitsenko et al. (2024) висвітлює управління ентропією в логістичних процесах агробізнесу України, підкреслюючи значну роль стивідорних компаній у забезпеченні стабільності та ефективності транспортних операцій. Автори наголошують, що стійкий розвиток водного транспорту залежить від оптимізації портової інфраструктури, впровадження інноваційних методів управління ризиками та підвищення екологічних стандартів. Котов (2020) досліджує роль комплаєнсу як інструменту мінімізації ризиків для підприємств, включаючи транспортні компанії. Дотримання міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та екологічних норм сприяє підвищенню репутації компаній і залученню інвесторів. У сфері водної логістики це означає необхідність адаптації до європейських екологічних вимог, що дозволяє забезпечити стале функціонування річкових та морських перевезень. Terliuk et al. (2024) аналізують стратегічний розвиток підприємств у «новій нормальності», наголошуючи на важливості цифрових трансформацій та інноваційних підходів до управління. Водний транспорт є стратегічно важливою складовою транспортної інфраструктури України, оскільки сприяє розвитку міжнародної та внутрішньої логістики, зменшенню транспортних витрат і зниженню навантаження на дорожню та залізничну мережу. Україна має вигідне географічне розташування з доступом до Чорного та Азовського морів, а також розвинену систему внутрішніх водних шляхів, зокрема річки Дніпро, Дунай, Південний Буг та Дністер. Внутрішні водні шляхи дозволяють транспортувати великі обсяги вантажів з мінімальними витратами, що робить водний транспорт економічно ефективним у порівнянні з автомобільним і залізничним.

Окрім цього, морські порти України, такі як Одеса, Чорноморськ, Південний, Миколаїв і Маріуполь, відіграють важливу роль у міжнародній торгівлі. Вони забезпечують експорт зернових, металопродукції, нафтопродуктів та інших стратегічно важливих товарів, що є ключовим фактором розвитку національної економіки. Водний транспорт дозволяє значно знизити логістичні витрати, оскільки перевезення вантажів річками та морями обходиться дешевше, ніж залізничним або автомобільним транспортом. Крім того, він є більш екологічно чистим, оскільки викиди CO<sub>2</sub> на одиницю перевезеного вантажу у водному транспорті значно нижчі. Зменшення завантаженості автомобільних доріг та залізничних магістралей також сприяє покращенню загальної транспортної ситуації в країні. Внутрішні водні перевезення можуть значно розвантажити інші види транспорту, що особливо важливо для зменшення зносу інфраструктури та зниження рівня заторів у великих містах.

Попри значний потенціал, водний транспорт в Україні стикається з низкою викликів, зокрема:

- недостатнім фінансуванням розвитку портової та річкової інфраструктури,
- нестачею сучасного флоту,
- бюрократичними бар'єрами та регуляторними проблемами,
- необхідністю інтеграції в європейську транспортну систему.

Впровадження державних програм підтримки водного транспорту, залучення інвестицій та адаптація європейських логістичних практик можуть суттєво покращити ситуацію. Активний розвиток мультимодальних перевезень із використанням водного транспорту допоможе Україні посилити свої позиції як ключової логістичної держави в регіоні. Тобто, водний транспорт є критично важливим для економічного та логістичного розвитку України. Його активне використання сприяє ефективному транспортуванню вантажів, зниженню витрат і негативного впливу на екологію. Для реалізації його потенціалу необхідно вдосконалювати інфраструктуру, розширювати міжнародну співпрацю та впроваджувати сучасні логістичні підходи, що зробить Україну конкурентоспроможною на світовому ринку перевезень.

Україна має значний потенціал для розвитку водного транспорту, і його ефективне використання може сприяти сталому економічному зростанню країни. Соціальна відповідальність транспортних компаній у водній логістиці є невід'ємною частиною сталого розвитку галузі. Впровадження екологічно чистих технологій, підвищення соціальних стандартів та інтеграція у глобальні логістичні системи дозволять Україні розвивати конкурентоспроможний та стійкий водний транспорт. Для цього необхідні активні дії як з боку бізнесу, так і держави, що сприятиме формуванню ефективної, безпечної та відповідальної транспортної системи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Nitsenko , V., Mykhailenko , V., Riepina , I., Tepliuk M., & Hanzhurenko , I. (2024). Entropy management of logistics processes in Ukraine's agribusiness: the role of stevedoring companies under sustainable development conditions. *Financial and Credit Systems: Prospects for Development*, 4(15), 168-180. <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2024-4-13>
2. Kotov, B. (2020). Compliance in the company's risk minimization system. *Economy and Entrepreneurship*, 45, 148-158. <http://doi.org/10.33111/EE.2020.45.KotovB>
3. Tepliuk, M., Sergienko, M., & Kyryliuk, O. (2024). Strategic development of enterprises in the new normal: digital transformations and innovative approaches to adaptation to

**Чайка Віктор**

асистент кафедри соціології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **ПОВЕДІНКОВІ ПРАКТИКИ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ПОВІТРЯНОЇ ТРИВОГИ: АДАПТАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ У КРИЗОВИХ УМОВАХ**

В умовах повномасштабної війни, розв'язаної країною агресором, українське суспільство змушене пристосовуватися до реалій постійної небезпеки. Одним із найактуальніших викликів є створення безпечного середовища проживання та психологічної стійкості студентської молоді, яка навчається в умовах регулярних повітряних тривог, що супроводжуються загрозою ракетних ударів. Освітній процес відбувається в умовах, коли необхідність швидкого реагування на сигнали тривоги поєднується з потребою збереження навчальної діяльності, що вимагає розробки та впровадження адаптаційних стратегій.

У соціологічній науці поняття «поведінкових практики» розглядається як сукупність стійких моделей та патернів дій індивідів або соціальних груп у певному контексті (Е.Гідденс; П.Бурдье). Ці практики формуються під впливом соціальних норм, культурних установок та структурних умов. У випадку ситуації повітряної тривоги, поведінкові практики студентів є результатом взаємодії індивідуальних установок, організаційних вимог та суспільних очікувань. Поняття адаптації широко досліджується у соціології та психології кризових станів. Т. Парсонс розглядав адаптацію як одну з чотирьох основних функцій соціальних систем, що забезпечує їхню стабільність. Згідно з теорією адаптації Г. Спенсера, соціальні групи змушені змінювати свої звички та поведінкові моделі під впливом зовнішніх загроз, що в нашому випадку можна розглядати як загрозу життю та здоров'ю.

Значна частина студентів навчається у великих містах, які є потенційними цілями для ворожих атак. Відповідно, адаптаційні стратегії реагування на повітряні тривоги стають не лише питанням індивідуальної безпеки, а й частиною загальної стратегії виживання суспільства. Зокрема, необхідно дослідити, яким чином студенти реагують на сигнали тривоги, які моделі поведінки формуються у молодіжному середовищі. За неможливістю скористатись загальноукраїнськими даними як приклад розглянемо патерни поведінки

студентів Київського національного економічного університету. Для більш предметного розкриття означеної тематики звернемося до даних зібраних інститутом соціологічних досліджень та звіту за темою «Моніторинг організації навчального процесу за умов правового режиму воєнного стану в Україні» польовий етап якого відбувався в межах 24 вересня – 3 жовтня 2024 року та нараховує 553 респондента від 1 курсу бакалаврського рівня до 2 року магістерського. Опитування не є репрезентативним для всієї України і відображає лише тенденції поведінкових практик студентів Київського національного економічного університету ім. В.Гетьмана.

Таблиця 1. Розподіл відповідей респондентів на питання: «Які Ваші дії після оголошення сигналу повітряна тривога під час навчальних аудиторних занять?» (у%)

Самостійно прямую до укриття	27,1
Разом з викладачем прямую до укриття	43,8
Знаходжуся в приміщенні корпусу (фое, коридор та інші приміщення)	0,9
Виходжу на вулицю	10,3
Прямую додому/у гуртожиток	5,4
Ігнорую сигнал повітряної тривоги	5,1
Інше	7,4

Продовжуючи розвивати ідеї вищезгаданих класиків можемо виокремити як найбільш впливову секцію саме структурні правила університету що були вирішальними для 43,8% респондентів. В свою чергу ці дані можна трактувати, як сукупну роль різних чинників у формуванні практик дотримання безпечних умов у молоді. Для значної частини респондентів головним стимулом до формування таких практик є саме нав'язані інституціями правила та умови а не власні інтенції студентів. Однак важливо зауважити що більше чверті опитаних (27,1%) відчують особисту потребу взяти відповідальність за власну безпеку.

Загалом позитивною тенденцією можна назвати практики відповідального ставлення до сигналу «повітряна тривога» (70,9%) респондентів, що сформовані, як під впливом довіри до інституції в нашому випадку університету та затверджених правил, так і власними ціннісними орієнтирами.

До негативних тенденцій можна віднести сумарно 29,1% відповідей опитаних що так чи інакше нехтують своєю безпекою та не дотримуються правил встановлених університетом. Вплив на формування таких практик могли спричинити різні фактори. Від особистих ціннісних установок «мене це не стосується», так і загальною соціальною втомою. Одним із негативних чинників можуть бути колективні норми чи тиск в середині малої соціальної групи. До прикладу ігнорування більшістю студентів у групі тривоги, може спричинити конформістське запозичення небезпечних практик спричинене

орієнтацією на суспільні очікування більшості на що натякають 10,3% відповідей «Виходжу на вулицю».

Таким чином аналіз поведінкових практик студентської молоді в умовах повітряних тривог засвідчив наявність як адаптивних, так і ризикованих моделей реагування. Значна частина респондентів демонструє відповідальне ставлення до сигналів тривоги, що зумовлено впливом інституційних норм та особистих безпекових орієнтацій. Найбільш визначальним чинником у формуванні таких практик є організаційні фактори такі як регламентовані правила університету, що за підтримки працівників стають актуальними безпосередньо під час сигналу повітряної тривоги і впливають на поведінкові стратегії студентів.

Водночас частина респондентів схильні нехтувати безпековими приписами, що може бути наслідком як індивідуальних установок, так і соціального тиску з боку референтних груп. Важливу роль у цьому процесі може відігравати фактор соціальної втоми та конформізм у студентському середовищі. Рівень безпекової культури також потребує детального дослідження, адже цей фактор напряду впливає на ті поведінкові практики що формує особистість в умовах підвищеної небезпеки.

Отримані результати підтверджують необхідність подальших досліджень механізмів адаптації молоді до кризових ситуацій та розробки ефективних заходів для підвищення рівня безпекової культури в освітньому просторі. Гіпотетично для більш ґрунтовного ознайомлення з тематикою необхідна більш широка вибіркова сукупність, перехресні таблиці, що б відображали географічні та культурні особливості що формували патерни поведінки студентів в період ранньої соціалізації.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Комплексний звіт за результатами соціологічного дослідження «Моніторинг організації навчального процесу на рівні академічної групи за умов правового режиму воєнного стану в Україні» (жовтень 2024 р.) URL: [https://drive.google.com/file/d/1c3MzyQrn\\_0fpHPjqrDTmDGialewNg0IX/view](https://drive.google.com/file/d/1c3MzyQrn_0fpHPjqrDTmDGialewNg0IX/view)

**Щербина Ольга**

старший викладач кафедри  
соціально-гуманітарних дисциплін  
*Економіко-технологічний інститут  
імені Роберта Ельворті, Україна*

**Жолонко Тетяна**

кандидат політичних наук, завідувачка  
кафедри соціально-гуманітарних дисциплін  
*Економіко-технологічний інститут  
імені Роберта Ельворті, Україна*

## **МІСЦЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК МЕДІА В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

Телебачення відіграє важливу роль у сучасній культурі споживання інформації, воно не тільки інформує населення про події та процеси, але й формує загальні суспільні настрої, може підтримати бойовий дух або навпаки, посіяти паніку серед населення. Сьогодні, в епоху цифрових ЗМІ та соціальних мереж, телебачення, завдяки оперативному інформуванню та високому рівню довіри населення, сприяє мобілізації суспільства, збереженню культурної спадщини та посиленню зв'язків між громадянами.

Після початку повномасштабної війни інтернет, телебачення та радіо стали ключовими майданчиками для отримання новин серед українців. Зокрема, це доводять дані соціологічних досліджень, наприклад дослідження «Українські медіа, ставлення та довіра», проведеного у листопаді 2022 р. незалежною українською дослідницькою компанією InMind за підтримки USAID. Відповідно до результатів дослідження, у 2022 р. найпопулярнішим джерелом інформації серед українців були соціальні мережі – новини з них отримували 76,6% українців. На другому місці було телебачення з 66,7%, на третьому – онлайн-джерела без врахування соціальних мереж (61,2% опитаних). Радіо та друковані ЗМІ використовували для отримання інформації 28,4% та 15,7% респондентів відповідно [1]. Цікаво, що існує певний зв'язок між віком респондентів та каналами отримання інформації, яким вони надавали перевагу – так, молоді люди 18-39 років та люди середнього віку з 40 до 69 років отримували новини переважно з соціальних мереж та інших онлайн-джерел, натомість люди старше 60 років надавали перевагу телебаченню, радіо та друкованим ЗМІ [2]. У 2024 р. кількість людей, що отримували новини та інформацію з телебачення стрімко скоротилася до 42,7%, також впав рівень довіри до телебачення (з 61% у 2022 р. до 34% у 2024 р.), проте рівень довіри до соціальних мереж та інших онлайн-джерел залишився майже без змін, він становив 47% та 43% відповідно [3].

Тенденції, помічені під час проведення загальнонаціональних досліджень, були підтверджені результатами опитування серед молоді м. Кропивницький. В опитуванні, що пройшло у листопаді 2024 р. шляхом онлайн-анкетування, взяли участь молоді мешканці м. Кропивницького, 64 юнаків та дівчат віком 12-22 роки. Відповідно до результатів опитування, більшість респондентів отримують інформацію та новини з соціальних мереж (60 осіб або 94% опитаних); 32 особи або 50% опитаних використовують для цього інші онлайн-джерела (не соціальні мережі), телебачення дивляться 16 осіб або 25% респондентів. Найбільша кількість опитаних дивляться телебачення декілька разів на тиждень (26 або 40,6% респондентів), 12 осіб або 18,7% не дивляться телебачення взагалі. Більшість опитаних дивляться розважальні передачі (38 осіб або 59,3%), серіали (22 особи або 34,3%), набагато менше дивляться новини (12 осіб) та документальні фільми (6 осіб). Більшість респондентів вважають, що телебачення сьогодні є важливим та актуальним джерелом отримання інформації (22 особи або 34,3% погодилися з цим твердженням беззастережно, 28 або 43,7% відповіли, що телебачення важливе, але необхідно оновлювати контент), 7 осіб або 11% відповіли, що воно не важливе. Звісно, результати даного опитування не можуть бути поширені на всіх українців, але вони досить яскраво засвідчують загальносвітову тенденцію, відповідно до якої телебачення, хоч і поступається онлайн-джерелам за багатьма параметрами, все-таки залишається важливим джерелом отримання інформації.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р. *Опитування InMind за підтримки USAID*. Листопад 2022 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf> (дата звернення 20.01.2025)
2. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. *Опитування Опори*. 01 червня 2022 р. URL: [https://opora.ua.org/polit\\_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori-24068](https://opora.ua.org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori-24068) (дата звернення 20.01.2025)
3. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. *Опитування Опори*. 10 липня 2024 р. URL: <https://www.opora.ua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292> (дата звернення 20.01.2025)

## FACTORS OF UKRAINIAN UNITY: RELIGION, NATIONAL IDENTITY AND THE SOCIAL CHALLENGES OF WAR

During periods of social transformation, crises, and military conflicts, the issue of social cohesion becomes particularly important. Historically, religion has traditionally served as a unifying factor, contributing to the formation of collective identity and moral guidelines. However, modern sociological research indicates a shift in social priorities within societies experiencing war. Ukrainian society, undergoing dramatic changes due to the full-scale Russian invasion, exhibits a tendency to reconsider the role of religion in the structure of social relations. At present, an empirical analysis of religion's role in the social cohesion of Ukrainians appears to be a relevant and timely scientific inquiry.

To achieve this goal, a secondary analysis of sociological data was conducted based on the findings of a 2024 study by the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine. The central research question was: What unites Ukrainians the most today? The data obtained provide insights into the dynamics of changing social priorities and help determine the place of religion among other unifying factors.



**Image 1.** «Factors that unite people in Ukrainian society»  
(Institute of Sociology, 2024)

Analyzing the presented data, we observe that only 7% of respondents identified religion (faith) as a significant unifying factor—one of the lowest rates among the proposed options. This indicates a substantial weakening of the religious factor in shaping social unity. More significant cohesion factors included belief in a better future (52.7%), a sense of loss of normal life (39.5%), patriotic feelings as Ukrainian citizens (38.2%), and shared life difficulties (35.4%). Compared to 2021, the influence of religion has declined by 8.3%—the most significant drop among all categories. This suggests that, in the context of war, society has shifted its focus from spiritual and religious aspects to national, social, and political factors of unity.

The decline in the importance of religion as a unifying factor can be attributed to several key aspects. Ukrainian society is undergoing a process of intense national mobilization. A significant increase in the role of the national idea of building a Ukrainian state (+25.5%) and national belonging (+15.1%) indicates that national identity has become the primary unifying factor. The war has contributed to the consolidation of society around state institutions and civic solidarity, displacing religion as a traditional mechanism of cohesion.

Another crucial factor is the presence of conflict dynamics within Ukraine's religious sphere. The activities of the Ukrainian Orthodox Church (Moscow Patriarchate), which is associated with Russian influence, have led to growing distrust toward religious institutions. This may explain the negative trend in the perception of religion as a factor of unity.

The study also indicates that, in times of war, demands for material support and security take precedence. The role of moral support from religious communities is significantly less pronounced compared to other forms of assistance provided by volunteer organizations and the state. This confirms the broader trend toward the pragmatization of public life under martial law.

The decline in the role of religion (-8.3%) and political views (-4.4%) indicates a gradual transformation in the influence of traditional identification mechanisms. In contrast, the significance of nationality (+15.1%) and shared life difficulties (+17%) has increased, demonstrating a shift in social unity from abstract values to concrete emotions and collective experiences. Thus, in times of crisis, personal identification recedes into the background, giving way to more tangible factors that shape interactions among members of society.

Given these results, several research questions arise that require further theoretical exploration and empirical investigation: Is the decline in the role of religion a temporary phenomenon, or does it indicate a long-term trend of secularization in Ukraine? Which religious institutions are losing credibility, and which are maintaining it? How is the role of religious communities in providing social assistance and support evolving? Will religion regain its significance after the war, and how might its role in society change?

These findings highlight a shift in societal priorities toward civic and national identity as a consequence of the Russian-Ukrainian war. Religion, which has traditionally played a crucial role in social cohesion, is now being overshadowed by socio-political factors. However, the question of whether this trend will persist in the post-war period and what role religious institutions will play in the future recovery of society remains open. Further research in this area will provide a deeper understanding of these processes and help assess the potential of religion in shaping a new model of social cohesion.

## **REFERENCES**

Institute of Sociology (2024) Popular Scientific Materials by the Institute's Researchers for Wide Audience. <https://isnasu.org.ua/en/popsci/>

## ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

**Тематичні напрямки: виклики сьогодення у соціальній сфері; соціологічний вимір економічної діяльності; соціальна антропологія: стан і перспективи**

**Алексін Гліб**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу  
*Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана, Україна*

### РЕЛОКОВАНИЙ БІЗНЕС: ПОГЛЯД ГРОМАД

Релокація бізнесу, спричинена активними бойовими діями, охопила 18,9 тис. підприємств станом на березень 2024 р. (Opendatobot, 2024), що відчутно вплинуло на розвиток українських територіальних громад. Найбільша концентрація переміщених підприємств спостерігається у західних регіонах, де до Львівської обл. припадає 24% релокацій, до Закарпатської обл. – 15%, до Чернівецької обл. – 10%, а до Івано-Франківської обл. – 8% (Міністерство економіки України, 2023).

Аналіз опитування 141 ОТГ із 22 областей у вересні 2024 р. (КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Всеукраїнська асоціація ОТГ, 2024) вказує, що основна частина релокованого бізнесу (60% респондентів) віддає перевагу міським громадам, тоді як 25% обирають сільську місцевість. Понад 30% переміщених підприємств з Харківської обл. і 25% – із Донецької обл., що пояснюється високим рівнем ризиків у зонах безпосередніх бойових дій. На рівні структури найчастіше релокуються представники харчової промисловості (35%), закладів проживання та харчування (20%) і роздрібною торгівлі (15%). Майже половина (40%) опитаних громад уже фіксують покращення економічного середовища за рахунок збільшення частки малого і середнього бізнесу, а 20% зауважують посилення конкуренції. Водночас 25% громад вказують на нейтральний ефект через те, що переміщений бізнес часто працює на зовнішніх ринках або заміщують місцеві підприємства, які зупинили діяльність. Серед найпоширеніших викликів 30% опитаних громад називають складнощі з пошуком придатних виробничих приміщень, 15% – виділяють високі витрати на оренду, 10% – вказують на проблеми з енергопостачанням.

Потреба в зовнішньому фінансуванні залишається високою, але 80% підприємств змушені покладатися на власні кошти; лише 5% залучили гранти та близько 10% скористалися спеціальними банківськими програмами. У сфері державної підтримки 50% опитаних громад наголошують на важливості пільгового кредитування, 30% говорять про

необхідність податкових пільг, а 20% – про якісну комунікацію з місцевою владою. На цьому тлі 30% ОТГ стверджують, що податкові надходження від релокованих підприємств зросли, 50% не помічають змін, а 20% відзначають навіть скорочення надходжень, яке пояснюється загальним впливом воєнних дій на бізнес. Стосовно середньострокових планів, 60% релокованих підприємств планують залишитися в приймаючих громадах після завершення війни, тоді як 30% мають намір повернутися до своїх регіонів.

Успішні кейси демонструють зростання податкових надходжень у 22 громадах завдяки релокованим підприємствам, в окремих випадках навіть зі створенням нових робочих місць, особливо в торгівлі, обробній промисловості та сільському господарстві. Натомість у 6 громадах зафіксований відсутній або негативний ефект через недостатній рівень підтримки, складнощі з логістикою та відсутність належного інфраструктурного забезпечення. Завдяки комплексній політиці, що включає доступ до пільгових кредитів, податкові стимули та належну інституційну координацію, релокований бізнес може значно покращити економічну активність і сприяти розвитку місцевих екосистем. Якщо ж громади не надають релокованому бізнесу сприяння в пошуку приміщень, підключенні до комунальних мереж і взаємодії з місцевою владою, ефект від переміщення може виявитися мінімальним. Закріплення позитивних тенденцій потребує тривалої участі місцевого самоврядування, зміцнення фінансово-кредитних механізмів і застосування цифрових технологій для управління процесом релокації, що дасть змогу перетворити цей вимушений крок підприємств на рушійну силу розвитку громад.

В розрізі рішень з підтримки переміщеного бізнесу на рівні громади, комплексна політика фінансування передбачає створення сприятливого середовища для доступу релокованих підприємств до фінансових ресурсів та інструментів, що знижують ризики інвестицій. Насамперед варто розробити спеціальні кредитні програми з пільговими відсотковими ставками та «кредитними канікулами» на строк не менше 6-12 місяців, аби надати бізнесу час на відновлення або розгортання виробництва в новому середовищі. Залучення грантових і субсидійних програм дозволить покрити частину витрат на перенесення обладнання, пошук і облаштування виробничих приміщень та адаптацію логістичних ланцюгів. Доцільним кроком також є формування гарантійних фондів, завдяки яким банки знижуватимуть власні ризики та охочіше кредитуватимуть релоковані підприємства навіть за умов нестабільної економічної ситуації.

Розвиток інфраструктури має першочергове значення для тривалого успіху релокованих підприємств на рівні громади, адже наявність стабільного енергопостачання, доступних приміщень і налагодженої логістики є критичною умовою їх роботи. Пріоритетний доступ до енергетичних ресурсів, зокрема швидке підключення до мереж,

допоможе уникнути затримок у запуску виробництва чи наданні послуг. Додатково до цього, громади можуть створювати або розвивати бізнес-центри чи індустріальні парки, що надають знижені тарифи на оренду, адміністративний супровід і спрощену процедуру оформлення дозвільних документів. Такий «єдиний простір» сприяє швидкій інтеграції нових підприємств і активізує взаємодію між різними галузевими сегментами.

Інституційна координація передбачає формування робочих груп чи комітетів при місцевих органах влади, де представники бізнес-асоціацій, банків, релокованих підприємств і громади разом вирішуватимуть питання адаптації бізнесу. Це дає змогу оперативно реагувати на виклики: від узгодження умов оренди до підключення до мереж та оформлення необхідних документів. Залучення місцевих асоціацій підприємців також важливе для обміну досвідом і кращими практиками, а співпраця з банками допоможе створювати фінансові продукти, орієнтовані саме на потреби релокованого бізнесу.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Opendabot. Понад 600 компаній переїжджали декілька разів, проте не повернулись у свої регіони від початку повномасштабної. 2024. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/business-relocation-2023>
2. Міністерство економіки України. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств. 2023. URL: <https://me.gov.ua/news/detail?id=a700c206-722a-4752-b5bb-78a1063ae9db&lang=uk-ua&title=zarikviinivbilsh>
3. КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Всеукраїнська асоціація ОТГ. Опитування впливу релокації бізнесу на приймаючу територіальну громаду. 2024. URL: <https://hromady.org/wp-content/uploads/2024/09/Презентація-Опитування-.pdf>

**Бала Єлизавета**

студентка III курсу спеціальності «Соціальна робота», Навчально-науковий інститут педагогіки і психології *Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, Україна*

### **СОЦІАЛЬНА ПІДТРИМКА ЧЛЕНІВ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ СІМЕЙ В УКРАЇНІ**

У 2014 році Україна зіткнулася з зовнішньою військовою агресією, внаслідок якої було окуповано близько 8% території країни, на якій проживало понад 5,8 мільйона осіб. Численні міста і села на цій території стали зонами бойових дій і загрози для цивільного

населення, через що багато людей були змушені покинути свої домівки, щоб уникнути небезпеки для життя та здоров'я. Частина таких осіб звернулася за притулком до країн Європейського Союзу, США, Канади, інших розвинутих країн, проте основна частина стала внутрішніми переселенцями. У 2022 році, після повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну, кількість внутрішньо переселених осіб зросла до 4,8 мільйона.

Всі права та свободи вимушених переселенців та їх сімей в Україні захищені законами, постановами та підзаконними актами, які були ухвалені з метою відповіді на потреби цієї категорії осіб та регулювання їхнього життя у зв'язку з складними обставинами.

Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» від 20 жовтня 2014 року відіграв важливу роль у забезпеченні прав та допомозі внутрішньо переміщеним особам внаслідок військової агресії та окупації територій. Він був прийнятий для того, щоб захистити права та інтереси людей, які змушені були покинути свої домівки через військові дії та окупацію. Цей закон визначає поняття «внутрішньо переміщеної особи» та регулює їх права та пільги [1].

З метою зниження соціальної напруженості серед внутрішньо переміщених осіб та допомоги їм у процесі соціальної адаптації та інтеграції в інші регіони України була прийнята Постанова Кабінету Міністрів України № 1094 від 16 грудня 2015 року «Про затвердження Комплексної державної програми щодо підтримки, соціальної адаптації та реінтеграції громадян України, які переселилися з тимчасово окупованої території України та районів проведення антитерористичної операції в інші регіони України, на період до 2017 року». Ця програма забезпечує комплексний підхід до рішення проблем, з якими стикаються внутрішньо переміщені сім'ї в процесі адаптації до нових умов життя [2].

Для ефективної соціальної адаптації та інтеграції внутрішньо переміщених осіб та їх сімей, які знаходяться у складних життєвих обставинах через соціальне становище і не мають здатності або можливості самостійно піклуватися про своє особисте (сімейне) життя та участь у суспільному житті, державою надається одноразова грошова допомога та інші види соціальних виплат [4; 5].

Порядок використання коштів, отриманих в національній та іноземній валюті від фізичних та юридичних осіб, резидентів і нерезидентів у формі благодійних внесків, гуманітарної допомоги, грантів та дарунків для одноразової грошової допомоги постраждалим особам та внутрішньо переміщеним особам, визначені у Постанові КМУ № 535 від 1 жовтня 2014 року «Про затвердження Порядку використання коштів, що надійшли від фізичних та юридичних осіб для надання одноразової грошової допомоги постраждалим особам та внутрішньо переміщеним особам». Цей порядок визначає

механізм надання одноразової грошової допомоги і встановлює умови її отримання для осіб, які перебувають у складних обставинах, зокрема для внутрішньо переміщених осіб, які потребують підтримки та допомоги [4].

Постанова Кабінету Міністрів України № 365 від 8 червня 2016 року «Деякі питання здійснення соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам» визначає механізм призначення (відновлення) соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам. Ця постанова спрямована на поліпшення системи соціального захисту внутрішньо переміщених осіб та забезпечення ефективного надання соціальних виплат та субсидій. Вона покликана спростити та оптимізувати процеси обліку та контролю, забезпечуючи кращу соціальну адаптацію та підтримку для тих, хто постраждав внаслідок конфлікту та переміщення [5].

Проблема забезпечення зайнятості внутрішньо переміщених осіб є актуальною і до нинішнього часу. Ці люди, які змушені були покинути свої місця проживання через конфлікт та окупацію, стикаються зі значними труднощами в пошуку нових можливостей для заробітку та соціальної адаптації. Постанова Кабінету Міністрів України № 505 від 8 липня 2015 року «Про затвердження основних напрямів розв'язання проблем зайнятості внутрішньо переміщених осіб на 2015-2016 роки» спрямована на вирішення цієї проблеми шляхом комплексного підходу. Основні напрями розв'язання проблеми зайнятості внутрішньо переміщених осіб включають: створення економічних та фінансових умов; професійна підготовка та перепідготовка; розвиток соціальних програм; підтримка самозайнятості [3]. Комплексний підхід до вирішення проблеми зайнятості внутрішньо переміщених осіб є важливим для покращення їхнього матеріального становища, соціальної адаптації та інтеграції в новому місці проживання.

Отже, соціальна підтримка членів внутрішньо переміщених сімей в Україні є ключовим елементом державної політики, спрямованої на забезпечення стабільності та адаптації цих громадян до нових умов життя. Вона включає фінансову допомогу для покриття основних потреб, програми працевлаштування з компенсаціями для роботодавців, забезпечення тимчасового або постійного житла, доступ до медичних та психологічних послуг, а також освітні та соціальні програми для інтеграції в нові громади. Ці заходи спрямовані на полегшення життя переміщених осіб, забезпечення їхніх прав та можливостей для повноцінного функціонування в суспільстві.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб: Закон України від 20 жовтня 2014 року № 1706-VII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1706-18/page>.

(дата звернення: 31. 01.2025).

2. Про затвердження Комплексної державної програми щодо підтримки, соціальної адаптації та реінтеграції громадян України, які переселилися з тимчасово окупованої території України та районів проведення антитерористичної операції в інші регіони України, на період до 2017 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1094. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1094-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 29. 01.2025).

3. Про затвердження основних напрямів розв'язання проблем зайнятості внутрішньо переміщених осіб на 2015-2016 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 8 липня 2015 року № 505. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/КР150505> (дата звернення: 30. 01.2025).

4. Про затвердження Порядку використання коштів, що надійшли від фізичних та юридичних осіб для надання одноразової грошової допомоги постраждалим особам та внутрішньо переміщеним особам: Постанова Кабінету Міністрів України від 1 жовтня 2014 року № 535. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/535-2014-%D0%BF> (дата звернення: 30. 01.2025).

5. Деякі питання здійснення соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам: Постанова Кабінету Міністрів України від 8 червня 2016 року № 365. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/365-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення: 30. 01.2025).

**Береженна Олена**

здобувачка ступеня доктора філософії (PhD)  
спеціальності «Психологія»,  
факультет управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОГЛЯД НА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЮ НАУКИ**

Поняттям «комерціалізація» розглядають у двох площинах, одні вчені зазначають цей термін як певну діяльність, що орієнтована на отримання прибутку, інші трактують як сприяння збуту інноваційної продукції (Захарченко, 2018). Якщо розглянути визначення поняття «комерціалізація науки», то більшість дослідників дійшли згоди, що це процес, у якому наукові відкриття та інновації набувають економічної цінності та стають продуктом ринку (Litan, 2007). Безсумнівно, комерціалізація науки, надає нові можливості для фінансування та розвитку науки, сприяючи швидкому впровадженню технологій у життя суспільства. Але варто зазначити, що психологічні аспекти цього процесу порушують

важливі особистісні, соціальні та етичні моменти, які є важливими для розуміння впливу комерціалізації на наукове співтовариство та суспільство в цілому.

Якщо взяти до прикладу мотивацію, яка спонукає людей до дій, то комерціалізація науки впливає та змінює мотивацію науковців та дослідників. Опираючись на матеріал (Caulfield, 2015), можна зробити висновки, що здебільшого, науковці, коли працюють опираються на власну внутрішню мотивацію, це виражається інтересом до нових знань, бажанням здійснити відкриття, допомогти людству, виконати певну роботу заради самого процесу діяльності та отримати радість від цієї активності. Але в умовах комерціалізації домінує зовнішня мотивація, дослідники роблять акцент на отримання матеріальних винагород та вигод, бажання досягнути фінансового успіху. Втрата внутрішньої мотивації призводить до професійного та емоційного вигорання, апатією до роботи та втрати сенсу діяльності. Звичайно, фінансова винагорода може стимулювати дослідників до продуктивності, прискорюючи розвиток технологій. Але психологічно це створює певну гонитву за результатом, яка часто затьмарює початковий задум наукового дослідження. Таким чином, може бути так, що вчені свідомо чи несвідомо віддають пріоритет проектам із явним фінансовим потенціалом та ігнорують фундаментальні дослідження, які не мають прямої фінансової вигоди. У довгостроковій перспективі це обмежує науковий прогрес і може призвести до втрати можливостей для нових проривів

Комерціалізація також негативно впливає на здоровий психологічний клімат у науковому середовищі, адже підвищує конкуренцію у дослідницькому товаристві. Часто це спричиняє зростання рівня стресу, оскільки в умовах ринкових вимог науковці стикаються з необхідністю не лише створити новий продукт, а й зробити його конкурентоспроможним. Більше того, конкуренція може призводити до зростання недобросовісної поведінки: фальсифікацій даних, заниження етичних стандартів, порушення академічної доброчесності. Така ситуація шкодить науковому співтовариству, адже довіра до науки є основою її розвитку та впливу на суспільство.

Соціальна відповідальність є важливою психологічною складовою наукових досліджень, оскільки науковці усвідомлюють, що результати їхньої роботи можуть вплинути на життя мільйонів людей (Saenko, 2019). Однак комерціалізація зміщує фокус із соціальних переваг на економічні, що впливає на самосприйняття вчених і змінює їхнє ставлення до своєї професійної етики. Цей зсув змушує дослідників відчувати когнітивний дисонанс, коли вони змушені вибирати між пошуком істини та вимогами ринку. Це може створити внутрішні конфлікти, які можуть негативно вплинути на психічне здоров'я та етичні принципи вченого.

Також, комерціалізація науки має як позитивні, так і негативні психологічні наслідки, адже, комерціалізація науки може стимулювати продуктивність і розвиток інновацій, але водночас впливає на внутрішню мотивацію, може посилити стрес, створити безліч стресорів, конкуренцію та етичні конфлікти. Тому для досягнення гармонії в науковому середовищі важливо знаходити баланс між комерційною цінністю та суспільною відповідальністю науки. Лише за умови підтримки внутрішньої мотивації, високих етичних стандартів та здорової конкуренції можна забезпечити розвиток науки, що приносить користь не лише окремим компаніям чи інвесторам, а й усьому людству.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Захарченко Д. О. Комерціалізація як фактор успішності інноваційного товару / Д. О. Захарченко // Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17 травня 2018 р. – Х. : ХДУХТ, 2018. – С. 308–309..
2. Litan, R. E., Mitchell, L., & Reedy, E. J. *Commercializing university innovations: Alternative approaches*. 2007 Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=976005>
3. Caulfield T, Ogbogu U. The commercialization of university-based research: Balancing risks and benefits. *BMC Medical Ethics*. 2015;16(1):1–7
4. Saenko, N., Voronkova, O., Volk, M. & Voroshilova, O. The Social Responsibility of a Scientist: the Philosophical Aspect of Contemporary Discussions. *Journal of Social Studies Education Research*, 2019; 10(3), 332-345

**Данило Березовський**

кандидат наук з державного управління, доцент,  
доцент кафедри менеджменту,  
маркетингу та публічного адміністрування,  
Заклад вищої освіти «Міжнародний науково-технічний  
університет імені академіка Юрія Бугая», Україна

**Катерина Токарєва**

кандидат юридичних наук, доцент, завідувач кафедри права  
Заклад вищої освіти «Міжнародний науково-технічний  
університет імені академіка Юрія Бугая», Україна

### ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНИХ ПОСЛУГ В ПРОЦЕСІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Діджиталізація державного управління є однією з ключових передумов розвитку сучасної економіки. У цій публікації буде зосереджено увагу на впровадженні цифрових технологій у податковій сфері, оскільки на наше переконання, саме податкова система

відіграє ключову роль у економічному розвитку держави, вона забезпечує державу фінансовими ресурсами для виконання її функцій, стимулює або стримує економічну активність та впливає на інвестиційний клімат. Зазначимо, що новітні цифрові технології у сфері податково-правового регулювання сприяють підвищенню прозорості, зниженню адміністративного навантаження на платників податків та покращенню ефективності державного контролю за надходженнями до бюджету. До того ж, розвиток електронного урядування та цифрових сервісів у сфері оподаткування є важливим кроком на шляху інтеграції України у світовий економічний простір. З огляду на масштабність та актуальність обраної тематики дослідження ми позначимо декілька основних напрямків цифровізації оподаткування в Україні. Зокрема, до таких напрямків віднесемо такі, як: (1) запровадження електронних сервісів для платників податків; (2) автоматизація податкового адміністрування; (3) використання аналітичних технологій та Big Data. Тезово запинимося на розгляді кожного із зазначених аспектів.

Так, одним із ключових кроків стало створення та вдосконалення «Електронного кабінету платника податків», який було створено ще у 2016 році Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні № 1797-VIII. Такий кабінет становить собою інформаційно-телекомунікаційну систему, створену для забезпечення реалізації платниками податків та державними органами своїх прав та обов'язків, визначених Податковим Кодексом України, в електронному вигляді (Електронний кабінет платника податків, 2021). Досліджуваний сервіс має доволі широкий функціонал і дозволяє: а) подавати податкову звітність онлайн; б) здійснювати моніторинг власних податкових платежів; в) отримувати консультації та інформацію щодо нарахованих податків. Також важливим нововведенням є використання електронного підпису та цифрової ідентифікації, що значно спрощує процес подання документів. У цьому контексті наведемо міркування П. Латковського, який вказує, що вказаний електронний сервіс – це персоніфікована, безпечна та захищена сукупність інформаційно-комунікаційних систем (цифрова технологія), за допомогою якої платникам податків, їх контрагентам та посадовим особам Державної податкової служби України забезпечено віддалений спосіб комунікації в режимі реального часу.

При цьому вчений наголошує, що Електронний кабінет для платників податків є ключовим елементом цифровізації, який є:

- максимально врегульованою нормами права та апробованою інформаційно-комунікаційною системою в податковій системі України;
- ця інформаційно-комунікаційна система містить у собі низку сервісів для платників податків, їх контрагентів та контролюючого органу;

- ця інформаційно-комунікаційна система є яскравим прикладом цифровізації як реформи, що призводить до спрощення, здешевлення, пришвидшення, автоматизації податкової системи та комунікації платників податків та контролюючих органів;

- користування такої передбачає можливість здійснення «роботи над помилками» - шляхом адміністративного виправлення помилок в його функціонуванні як інформаційно-комунікаційної системи, у тому числі судового оскарження невиправлення помилки (Латковський П., 2024). Ми повною мірою поділяємо міркування науковця. Зазначимо, що доволі часто науковці акцентують увагу на тому, що важливим аспектом є забезпечення безпеки інформації, яка міститься в електронному кабінеті платника. Дійсно, безпековий аспект, який охоплює захист та безпеку інформації, яка надається суб'єктами певних відносин, коло осіб, які мають до неї доступ та ін., набуває особливого змістового забарвлення, зокрема, в умовах збройної агресії росії проти України. Водночас зробимо наголос на тому, що не лише цей аспект потребує удосконалення. Не менш важливим, на нашу думку, є питання, пов'язані з інтеграцією відповідних цифрових технологій в уже існуюче середовище. Наприклад, узгодженість відповідних реєстрів та кореляція даних, що містяться у таких реєстрах (Токарева, К., & Березовський, Д., 2024). Функціонал електронного кабінету платника податків активно розширюється, проте питання узгодженості та безпеки залишається й досі на порядку денному.

Другий напрямок, на якому ми зупинимось, це автоматизація податкового адміністрування. Використання цифрових рішень дозволяє значно скоротити кількість паперових документів, оптимізувати процес обліку податкових надходжень і покращити контроль за їх сплатою. До ключових аспектів автоматизації слід віднести запровадження єдиного рахунку для сплати податків; інтеграцію баз даних державних установ для обміну інформацією; впровадження електронного аудиту. Приміром, єдиний рахунок становить собою рахунок, який платник податків за власним бажанням може відкрити в Казначействі та використовувати для сплати грошових зобов'язань та/або податкового боргу з податків та зборів, передбачених Податковим кодексом України, і єдиного внеску. При цьому підкреслимо, що Єдиний рахунок не використовується для сплати грошових зобов'язань та/або податкового боргу: 1) з податку на додану вартість та акцизного податку з реалізації пального та спирту етилового (такий виняток пов'язаний з функціонуванням спеціальних систем електронного адміністрування для цих податків), б) частини чистого прибутку (доходу) державними та комунальними підприємствами та їхніми об'єднаннями. Як вбачається, такі новації є вкрай актуальними, особливо в умовах форс мажору.

Третій напрямок – це використання аналітичних технологій та Big Data. Відзначимо, що інструменти аналізу великих обсягів даних допомагають податковим органам швидко

ідентифікувати ризики ухилення від сплати податків, здійснювати перевірки на основі аналітики та прогнозувати податкові надходження. Використання штучного інтелекту дозволяє автоматизувати процеси перевірки фінансової звітності та уникати людського фактора. Така тенденція має як позитивні, так і негативні аспекти.

Коротко проаналізувавши три вищевказані напрямки зосередимо свою увагу тому, як впливають процеси діджиталізації на економічний розвиток України. По-перше, цифровізація дозволяє скоротити адміністративне навантаження як на державні органи, так і на бізнес. Завдяки автоматизації процесів підприємці витрачають менше часу на сплату податків, що позитивно впливає на ведення бізнесу та інвестиційну привабливість країни. Таким чином, йдеться про підвищення ефективності податкового адміністрування. По-друге, автоматизація податкових процесів сприяє зменшенню корупційних ризиків, оскільки взаємодія між платниками податків і державними службовцями мінімізується. Крім того, використання цифрових технологій дозволяє відстежувати рух коштів і виявляти спроби ухилення від сплати податків. По-третє, завдяки цифровізації покращується облік податкових платежів, що сприяє зростанню надходжень до бюджету. Це, у свою чергу, дозволяє уряду більш ефективно розподіляти кошти на соціальні програми, освіту, медицину та інфраструктурні проекти.

Діджиталізація податкової системи України є важливим кроком у напрямку підвищення ефективності державного управління та економічного розвитку країни. Використання сучасних технологій сприяє прозорості, скороченню бюрократичних процедур, збільшенню надходжень до бюджету та створенню сприятливих умов для ведення бізнесу. Подальша цифрова трансформація дозволить Україні ефективно інтегруватися у світову економічну систему та забезпечити стійке економічне зростання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. - Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запровадження єдиного рахунку для сплати податків і зборів, єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Законом України від 13.04.2020 р. № 559-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/559-20#Text>
2. Електронний кабінет платника податків. URL: <https://surl.li/oaefjw>
3. Латковський П. (2024). Деякі аспекти функціонування електронного кабінету платника податків в контексті цифровізації оподаткування. *Право та інноваційне суспільство*, 2 (23), 78-88.
4. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо запровадження єдиного рахунку для сплати податків і зборів, єдиного внеску на загальнообов'язкове

державне соціальне страхування: Закон України від 04.10.2019 р. № 190-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/190-20#Text>

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні, Закон України № 1797-VIII (2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1797-19#Text>

6. Токарева, К., & Березовський, Д. (2024). Застосування сучасних цифрових технологій у публічному управлінні (на прикладі фінансової сфери). *Право та інновації*, (3 (43)), 54–63.

**Бондарєва Дарина**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **ДОСЯГНЕННЯ БАЛАНСУ «РОБОТА-ЖИТТЯ» В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН**

Постановка проблеми. В умовах стрімкого розвитку сучасного бізнес-середовища та зростаючої конкуренції на ринку праці дедалі більшої актуальності набуває питання досягнення оптимального балансу між професійним та особистим життям працівників. У контексті управління суб'єктивного трудового благополуччя особливого значення набуває розробка та впровадження політик і практик, спрямованих на забезпечення здорового балансу між професійними обов'язками та особистим життям працівників.

Аналіз актуальних досліджень. У вітчизняному просторі важливий внесок зробили Ляш О.І. та Дунаєв В.В. (4, с.5), які вивчали впровадження міжнародного досвіду в українські практики. Соціально-психологічні аспекти досліджувала Ткалич М.Г. (9,с.2), а різні аспекти забезпечення балансу розглядали Гуменна О.В., Гуменна А.А., Воропай О.К. (3, с.4), Мостенська Т., Костюк О., Калініченко Ю. (5, с.3), Василик А.В. та Великород Д.С. (8, с.3). Серед міжнародних досліджень виділяються роботи Семан А.А. (6, с.4), Деміра А., Будура Т. (2, с.3), Султани М. та Гупти С.Д. (7, с.4), щодо особливостей балансу під час пандемії.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні концепції балансу робота-життя в системі управління суб'єктивного трудового благополуччя визначенні ключових факторів, що впливають на його досягнення, та розробці практичних рекомендацій щодо впровадження відповідних управлінських практик в організації.

Виклад основного матеріалу. Баланс «робота-життя» є комплексним та багатогранним явищем, яке потребує глибокого розуміння та системного підходу до його досягнення. У сучасному суспільстві цей концепт набуває все більшого значення, особливо в контексті викликів, з якими стикається Україна під час воєнного стану (3, с.3).

В контексті управління суб'єктивного трудового благополуччя (СТВ) досягнення балансу «робота-життя» набуває специфічних характеристик та потребує особливих підходів до імплементації. Ефективне управління соціально-трудовами відносинами (СТВ) передбачає створення такої системи взаємодії між працівниками та роботодавцями, яка враховує інтереси обох сторін та сприяє формуванню продуктивного робочого середовища (6, с. 5).

Управління соціально-трудовами відносинами (СТВ) в контексті балансу «робота-життя» базується на декількох ключових аспектах. Перш за все, це формування організаційної культури, яка визнає та поважає особисті потреби працівників. Це включає розробку політик щодо гнучкого робочого графіку, можливості віддаленої роботи, надання додаткових днів відпочинку для відновлення емоційного та фізичного стану.

Особливості управління соціально-трудовами відносинами у контексті балансу «робота-життя» проявляються через різні механізми регулювання трудових відносин. Важливим елементом є система мотивації, яка враховує не лише матеріальні стимули, але й можливості для професійного розвитку, навчання та кар'єрного зростання. При цьому особлива увага приділяється створенню умов, які дозволяють працівникам ефективно поєднувати професійні обов'язки з особистим життям (1, с.3).

Управління соціально-трудовами відносинами (СТВ) передбачає також розвиток системи соціального діалогу та партнерства. Це включає регулярні комунікації між керівництвом та працівниками, проведення опитувань щодо задоволеності умовами праці, врахування пропозицій працівників щодо покращення робочого середовища. Важливим аспектом є розвиток корпоративних програм підтримки, які можуть включати психологічну допомогу, консультації з питань управління часом, програми оздоровлення.

Види управління соціально-трудовами відносинами (СТВ) у контексті балансу «робота-життя» можна розділити за різними критеріями. За рівнем формалізації виділяють формальне управління, яке базується на чітких правилах та процедурах, та неформальне, яке враховує індивідуальні потреби та ситуації. За масштабом охоплення розрізняють індивідуальний підхід до кожного працівника та групове управління, яке застосовується до певних категорій співробітників.

Особливу роль в управлінні соціально-трудовами відносинами (СТВ) відіграє система оцінки ефективності роботи, яка повинна враховувати не лише кількісні показники, але й

якісні аспекти, включаючи здатність працівника підтримувати здоровий баланс між роботою та особистим життям. Це передбачає розробку відповідних критеріїв оцінки та механізмів зворотного зв'язку (6, с. 2).

Важливим аспектом управління соціально-трудомих відносин (СТВ) є розвиток програм адаптації нових співробітників, які враховують необхідність поступового входження в робочий процес та формування здорових звичок щодо розподілу часу між роботою та особистим життям. Це може включати наставництво, коучинг та інші форми підтримки.

В умовах цифровізації особливого значення набуває управління соціально-трудомих відносин (СТВ) з використанням сучасних технологій. Це включає впровадження систем електронного документообігу, використання платформ для віддаленої роботи, автоматизацію рутинних процесів, що дозволяє працівникам більш ефективно розподіляти свій час.

Система управління соціально-трудомих відносин (СТВ) повинна також враховувати різні життєві ситуації працівників та передбачати гнучкі механізми підтримки у випадках, коли виникають особливі обставини. Це може включати можливість тимчасового перерозподілу робочого навантаження, надання додаткових відпусток або інших форм підтримки (6, с. 3). Управління суб'єктивним трудовим благополуччям передбачає впровадження інноваційних методів вимірювання та моніторингу психоемоційного стану працівників через регулярні анонімні опитування, використання спеціалізованих метрик задоволеності та залученості, а також застосування предиктивної аналітики для раннього виявлення потенційних проблем у колективі.

Отже, такий підхід дозволяє HR-менеджерам створювати персоналізовані програми підтримки, які враховують індивідуальні потреби кожного співробітника та специфіку різних департаментів, включаючи організацію тематичних воркшопів з управління стресом, впровадження системи «mental health days» для профілактики професійного вигорання, а також розробку спеціальних протоколів для кризових ситуацій, що можуть впливати на емоційний стан персоналу.

Висновки. Баланс «робота-життя» в управлінні соціально-трудомих відносинами демонструє значний вплив на ефективність організації та добробут працівників. Перспективи розвитку пов'язані з подальшою цифровізацією, впровадженням інноваційних форм організації праці та вдосконаленням систем оцінки ефективності. Особливого значення набуває розвиток механізмів психологічної підтримки працівників та створення гнучких умов праці, що особливо актуально в умовах воєнного стану. Здатність організацій

забезпечувати ефективний баланс «робота-життя» стає ключовим фактором їхньої конкурентоспроможності та стійкого розвитку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Brower T. How the term 'work-life balance' is changing for the youngest group of workers. URL: <https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/people-managers/pages/work-life-balance-for-youngest.aspx>
2. Demir A., Budur T. Work–life balance and performance relations during COVID 19 outbreak: a case study among university academic staff. *Journal of applied research in higher education*. 2022. Vol. 15. Issue 2. DOI: <https://doi.org/10.1108/jarhe-07-2021-0287>
3. Humenna O., Humenna A., Voropai O. Balance of career and personal life (on the example of higher education employees). *Scientific papers naukma. economics*, vol. 5, no. 1, pp. 41–47. 2020. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.20205.1.41-47>
4. Piash O., Dunaiev V. The problem of labor-life balance: the comparative experience of the Republic of Korea and Ukraine. *State and regions. Series: economics and business*. 2022. No. 2(125). DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-21>
5. Mostenska T., Kostyuk O., Kalinichenko Y. The role of leaders in anti-crisis management. *Ukrainian journal of applied economics*. 2020. Vol. 5. No. 2. P. 188–196. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-2-23>
6. Seman A.A. et al. Assessing the effect of work-life balance initiatives on organizational citizenship behaviour. *Marketing and management of innovations*. 2022. Vol. 13. No. 4. P. 207–217. DOI: <https://doi.org/10.21272/mmi.2022.4-19>
7. Sultana M., Gupta S.D. Work -life balance of women professionals: impact and implications. *International journal of services and operations management*, vol. 1, no. 1, p. 1. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1504/ijssom.2020.10028531>
8. Василик А.В., Великород Д.С. Досвід і перспективи впровадження програм балансу «робота – особисте життя» в організаціях. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Т. 3, № 14. С. 328–336. URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3\\_14\\_uk/56.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/56.pdf)
9. Ткалич М. Програми балансу «робота – життя» як соціальна та психологічна підтримка персоналу в організаціях. *Організаційна психологія Економічна психологія*. 2021. Т. 4, № 24. С. 75–81. DOI: <https://doi.org/10.31108/2.2021.4.24.10>

## **МІГРАЦІЯ ЯК ІНДИКАТОР ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН: ПОГЛЯД ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОНЦЕПЦІЙ БРОДЕЛЯ ТА МЕДДОУЗА**

Міграція є одним із найважливіших соціально-політичних явищ сучасності, що відображає глибші зміни у світовій економіці, політичних структурах та екологічній ситуації. Вона не є випадковим процесом, а, навпаки, впливає з довготривалих історичних закономірностей або системних дисбалансів. У зв'язку з цим постає питання: як можна інтерпретувати міграцію в контексті глобальних змін і які теоретичні підходи можуть допомогти пояснити це явище? Для аналізу пропоную звернутися до двох відомих концепцій: історико-структурного підходу Фернана Броделя та системної моделі меж зростання Денніса Меддоуза. Обидва мислителі розглядають міграцію як прояв довготривалих процесів, що формують глобальну реальність, проте роблять це з різних методологічних позицій.

Фернан Бродель у своїй праці «*Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV-XVIII ст.*» (Braudel, 1979) розглядає історичний розвиток через концепцію *la longue durée* – довготривалих структур, які визначають еволюцію економічних і соціальних процесів. З його точки зору міграція є частиною макроісторичних змін, що впливають із взаємодії між економічними центрами та периферією світової системи. Натомість Денніс Меддоуз у дослідженні «*Межі зростання*» (Meadows et al., 1972) застосовує системний аналіз, розглядаючи суспільство як складну систему з обмеженими ресурсами. Він стверджує: якщо певний регіон перевищує свої екологічні або економічні межі, система вступає у фазу нестабільності, що проявляється через соціальні конфлікти, економічні кризи та масову міграцію (Bongaarts, 1973).

Основна методологічна відмінність між підходами Броделя та Меддоуза полягає в тому, що Бродель акцентує увагу на історичних закономірностях розвитку економічних систем, тоді як Меддоуз зосереджується на екологічних і демографічних обмеженнях, що визначають стабільність або кризовість суспільних процесів.

Попри методологічні відмінності, обидва підходи визнають, що міграція є наслідком глибоких дисбалансів, які закладені у світовій системі. Згідно з Броделем, міграція є продуктом глобального економічного поділу праці та нерівномірного розвитку капіталізму.

Світова економічна система організована навколо центрів капіталізму, що накопичують багатство, і периферії, що постачає дешеву робочу силу та ресурси (Braudel, 1979). У такій ситуації люди з периферійних регіонів змушені мігрувати до центрів капіталу, що є природним результатом функціонування економічної системи. Меддоуз пояснює міграцію з іншого боку: вона є відповіддю на перевищення меж екологічної та економічної стійкості. Якщо певний регіон більше не може підтримувати своє населення через виснаження природних ресурсів, кліматичні зміни або демографічний тиск, люди змушені переселятися в інші місця. Це проявляється в сучасному світі у вигляді кліматичних біженців, міграції через нестачу води або продовольства (Meadows et al., 1972).

Дослідження ООН підтверджують прогнози Меддоуза: за оцінками, до 2050 року до 200 мільйонів людей можуть стати кліматичними мігрантами через екологічні зміни (UNHCR, 2022). Таким чином, міграція може бути не тільки наслідком економічних нерівностей, як вважав Бродель, а й прямою відповіддю на виснаження ресурсів.

Обидва підходи дають різні перспективи на роль політики у регулюванні міграційних процесів. Бродель, виходячи з концепції *la longue durée*, вважає, що політичні рішення не можуть кардинально змінити міграційні тренди, оскільки вони є результатом багатовікових економічних процесів. Найкращою політичною стратегією є адаптація до цих змін і використання міграційних потоків як джерела економічного розвитку. Це підтверджують приклади країн, які активно залучають іммігрантів до ринку праці, перетворюючи їх із «проблеми» на чинник економічного зростання (Castles, De Haas & Miller, 2014). Меддоуз, натомість, наголошує, що політичні рішення можуть відігравати важливу роль у запобіганні кризовим ситуаціям. Якщо держави не враховують екологічні та демографічні обмеження, вони ризикують зіткнутися з неконтрольованими потоками біженців і соціальною нестабільністю. Для ефективного управління міграційними процесами необхідно не лише забезпечувати економічний розвиток, а й розробляти стратегії раціонального використання ресурсів та адаптації до змін клімату.

Аналіз міграції через призму концепцій Броделя та Меддоуза дозволяє глибше зрозуміти її причини та механізми. По-перше, міграція є закономірним результатом глобальної економічної нерівності, що підтверджується історичним аналізом Броделя. По-друге, вона є наслідком перевищення меж екологічної стійкості, що доводять моделі Меддоуза. Для ефективної міграційної політики необхідно поєднувати обидва підходи. З одного боку, слід враховувати історичні закономірності розвитку капіталізму, які визначають довготривалі міграційні процеси. З іншого боку, необхідно адаптувати суспільство до екологічних викликів, що можуть спричинити нові хвилі міграції. Подальші дослідження мають зосередитися на інтеграції історико-економічного та екологічного

аналізу для розробки більш ефективних політичних стратегій управління міграцією в умовах глобальних змін.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

Bongaarts, J. *A review of the population sector in The Limits to Growth*. Studies in Family Planning, 1973

Braudel, F. *Civilization and Capitalism, 15th-18th Century*. Harper & Row, 1979.

Castles, S., De Haas, H., & Miller, M. J. ч *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World*. Guilford Press, 2014.

IPCC *Climate Change 2021: The Physical Science Basis*. Cambridge University Press, 2021

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. W. *The Limits to Growth*. Universe Books, 1972

UNHCR *Global Trends: Forced Displacement in 2022*. URL: <https://www.unhcr.org>.

**Воротнікова Марина**

аспірантка кафедри корпоративних фінансів і контролінгу,  
факультет фінансів,  
Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна

### **ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ: МЕХАНІЗМИ, ВИКЛИКИ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ**

Сучасні глобальні виклики, включаючи воєнні дії, економічну нестабільність, пандемії, змушують бізнес адаптуватися до нових реалій в тому числі шляхом релокації, що стало викликом для економіки та суспільства. Це процес, що передбачає переміщення активів, персоналу, виробництва та інших елементів бізнесу до більш сприятливих умов.

Програми фінансової підтримки підприємств – це сукупність заходів, спрямованих на надання матеріальної допомоги компаніям для забезпечення їх функціонування, розвитку або переміщення.

В Україні з початку повномасштабних військових дій функціонують державні програми релокації та підтримки діяльності підприємств. Окрім державних програм, місцеві ради, приватні фонди, інвестори та великі підприємства запровадили програми підтримки бізнесу. Також підприємства можуть скористатись міжнародними програми та

грантами, що реалізуються за підтримки міжнародних організацій, таких як Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку, ЄС, Агентство США з міжнародного розвитку та інші.

Розглянемо кілька програм підтримки релокації бізнесу в Україні:

1. Програма релокації підприємств від Міністерства економіки України – спрямована на допомогу підприємствам у переміщенні виробничих потужностей із зон бойових дій до безпечніших регіонів (3). Станом на березень 2024 року 18944 релокацій бізнесу з одного регіону в інший було зафіксовано в Україні від початку повномасштабної війни (6).

2. Державна програма «5-7-9%» (адаптована для релокованого бізнесу) – надання пільгового кредитування підприємствам, у тому числі тим, що перемістилися в нові регіони. Станом на 09.09.2024, за час дії воєнного стану в Україні за програмою «Доступні кредити 5-7-9%» видано 60317 кредитів на 237,5 мільярдів гривень (у тому числі банками державного сектору – 45332 кредити на 121,9 мільярд гривень) (4).

3. Грантова програма «єРобота» – спрямована на підтримку підприємців, що започатковують або відновлюють бізнес у безпечних регіонах. Станом на початок 2025 року, За урядовим проєктом «єРобота» отримали гранти на старт або розвиток бізнесу понад 14 тисяч підприємців. Загалом держава інвестувала через гранти в підприємництво понад 7 мільярдів гривень від початку дії проєкту (7). Зокрема, у 2024 році за програмою «Гранти для переробних підприємств» було надано 375 грантів на суму 1,79 мільярда гривень. Загалом, з початку дії цієї програми у 2022 році, держава схвалила 1156 заявок на створення та розвиток виробництв на суму 5,8 мільярда гривень (5).

4. Гранти від USAID «Конкурентоспроможна економіка України» – фінансування для релокованих підприємств та стартапів. Станом на січень 2025 року, Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» інвестувала понад 874 мільйони доларів у підтримку української економіки під час війни та створення підґрунтя для потужного та швидкого економічного відновлення після її закінчення (1).

5. Підтримка бізнесу від ЄБРР (Європейського банку реконструкції та розвитку) – доступ до фінансування та консультаційних послуг для релокованого бізнесу. Станом на січень 2025 року, з початку повномасштабного вторгнення в лютому 2022 року, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) надав Україні фінансову допомогу на загальну суму майже 6,2 мільярда євро (2).

6. Проєкт «Розвиток МСП: економічна інтеграція ВПО та відновлення бізнесу» реалізовується Міністерством з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України спільно з Міністерством економіки України за сприяння Міжнародної організації

з міграції і підтримки Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ) через Кредитну установу для відбудови. Станом на початок 2025 року та від початку реалізації проекту «Розвиток МСП: економічна інтеграція ВПО та відновлення бізнесу» надано понад 750 грантів, серед яких: 508 грантів мікропідприємствам (4500 євро); 183 гранти малим підприємствам (20 тисяч євро); 60 грантів стартапам (7000 євро) (8).

Ці та інші програми допомагають підприємствам адаптуватися до нових умов, отримати фінансову підтримку та продовжувати діяльність у безпечніших регіонах України.

Окрім економічних наслідків, релокація має значний соціальний вплив. Серед основних викликів можна виділити: необхідність адаптації працівників у нових умовах, створення нових робочих місць; взаємодія з місцевою владою, розвиток бізнес-кластерів, отже інтеграція підприємств у приймаючі громади; зміна соціальних зв'язків та рівня довіри в суспільстві; соціальна відповідальність бізнесу у нових регіонах, в тому числі підтримка місцевих громад, благодійні ініціативи тощо.

Попри позитивні аспекти фінансової підтримки, існує низка викликів фінансування релокації бізнесу: обмеженість бюджетного фінансування та складність доступу до кредитів; бюрократичні перешкоди в отриманні грантової підтримки; труднощі з пошуком кваліфікованих працівників у нових регіонах; адаптація бізнесу до нових умов та пошук партнерських мереж.

Наявні проблеми та виклики релокації підприємств потребують подальшого дослідження та пошуку шляхів їх вирішення, серед яких: посилити державно-приватне партнерство для залучення фінансування; оптимізувати механізми надання грантів та кредитів; залучати міжнародних донорів до фінансування адаптації підприємств; розширювати програми підтримки бізнесу на рівні регіонів.

Отже, війна трансформувала економічний простір України, змусивши тисячі підприємств шукати нові можливості. Впровадження ефективних фінансових програм підтримки дозволить не лише зберегти робочі місця, а й сприятиме економічному відновленню та соціальній стабільності країни.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Офіційний сайт Агентства США з міжнародного розвитку (United States Agency for International Development, USAID) – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.usaid.gov/uk/ukraine/economic-growth>;

2. Офіційний сайт Європейського банку реконструкції та розвитку (European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ebrd.com/ebrd-records-ukraine-ukr>;

3. Офіційний сайт Міністерства економіки України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [\[https://me.gov.ua/Documents/Detail/3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a?lang=uk-UA&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv\]](https://me.gov.ua/Documents/Detail/3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a?lang=uk-UA&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv);

4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://mof.gov.ua/uk/news/minfin\\_za\\_chas\\_dii\\_voiennogo\\_stanu\\_pidpriemtsi\\_otrimali\\_60\\_317\\_kreditiv\\_na\\_2375\\_mlrd\\_grn\\_za\\_programoiu\\_dostupni\\_krediti\\_5-7-9-4780](https://mof.gov.ua/uk/news/minfin_za_chas_dii_voiennogo_stanu_pidpriemtsi_otrimali_60_317_kreditiv_na_2375_mlrd_grn_za_programoiu_dostupni_krediti_5-7-9-4780);

5. Сайт – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finclub.net/news/ukrainski-vyrobnyky-za-mynulyi-rik-otrymaly-hrantiv-vid-derzhavy-na-1-8-mlrd-hrn.html>;

6. Сайт – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/analytics/business-relocation-2023>;

7. Сайт – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3836938-ponad-14-tisac-pidpriemciv-otrimali-granti-za-proektom-erobota.html>;

8. Сайт – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3810269-u-mezah-proektu-z-ekonomicnoi-integracii-pereselenciv-nadali-vze-ponad-750-grantiv.html>.

**Горбов Владислав**

кандидат соціологічних наук  
доцент кафедри соціології,  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна.*

## **СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЛІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ**

Сучасні цифрові технології відіграють ключову роль у збереженні стійкості бізнесу під час кризових ситуацій. В умовах повномасштабного вторгнення український бізнес зіткнувся з безпрецедентними викликами, що спричинили необхідність адаптації до нових реалій. Використання цифрових рішень стало не лише засобом підвищення ефективності підприємств, а й критичним інструментом для їхнього виживання. У цьому контексті

важливо дослідити рівень впровадження цифрових технологій, їх вплив на функціонування підприємств та перспективи розвитку у посткризовий період.

В рамках цієї роботи, будуть використані результати аналізу даних соціологічного опитування українських підприємств щодо використання цифрових технологій. Дослідження виконано ТОВ «Про-Консалтинг» за участі автора на замовлення Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана в рамках науково-дослідного проєкту молодих учених «Переміщений бізнес у ревіталізації регіональних екосистем». При розробці дослідних індикаторів було враховано різні аспекти діджиталізації, включаючи впровадження електронного документообігу, платформ для дистанційної роботи, кібербезпеки, інвестицій у технології тощо. Опитування проводилося серед підприємств різного розміру та сфер діяльності, що дозволило сформулювати комплексний аналіз ситуації.

Результати дослідження демонструють, що найпоширенішими цифровими інструментами є високошвидкісний Інтернет, послуги хмарних обчислень та віддалений доступ до офісних систем, які використовують 78,4% підприємств. Важливу роль відіграє електронний документообіг - 77,2%, що дозволяє зменшити бюрократичні затрати та підвищити ефективність управління. Популярністю користуються й платформи для відеоконференцій, які застосовує 46,2% компаній. Водночас лише 27,5% підприємств здійснюють продаж товарів та послуг онлайн, що свідчить про наявність значного потенціалу для розвитку електронної комерції.

Попри активну цифровізацію базових бізнес-процесів, передові технології, такі як Інтернет речей, адитивне виробництво (3D-друк) та блокчейн, впроваджуються досить повільно. Більшість підприємств не використовує ці рішення: 84,3% респондентів не застосовують Інтернет речей, 81% – адитивне виробництво, а 83,2% не працюють із блокчейн-технологіями. Це свідчить про те, що інноваційні рішення поки що не стали невід'ємною частиною українського бізнесу, хоча їхній потенціал залишається високим.

Фінансування цифрових технологій залишається важливим аспектом забезпечення стійкості підприємств. Найбільше інвестицій спрямовано на розвиток логістичних цифрових систем: 38,8% компаній уже вклали кошти у цифровізацію доставки та обліку рахунків-фактур. Значна увага приділяється й кібербезпеці – 18,9% підприємств уже реалізували відповідні програми, ще 15,7% планують це зробити. Проте в інших сферах бізнесу рівень інвестицій залишається невисоким: лише 13,3% компаній впровадили онлайн-системи управління персоналом, а 8,3% – власні платформи для закупівель. Це свідчить про те, що цифровізація бізнес-процесів у більшості підприємств ще перебуває на початковій стадії.

Підводячи підсумки, слід зауважити, що цифрові технології відіграють ключову роль у забезпеченні стійкості українського бізнесу під час війни. Найбільш активно використовуються базові цифрові рішення, зокрема електронний документообіг, відеоконференції та онлайн-реклама. Водночас передові технології, такі як Інтернет речей та блокчейн, впроваджуються повільно. Інвестиції у діджиталізацію здебільшого спрямовуються на логістичні процеси та кібербезпеку, тоді як управлінські та виробничі аспекти залишаються недостатньо розвиненими. Можемо сформулювати гіпотезу, що для прискорення цифрової трансформації українського бізнесу необхідні державні стимули, підтримка інноваційних стартапів та активізація інвестицій у новітні технології.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Горбов, В., Поліщук, Є., Лавренюк, В., & Алексін, Г. (2024). *Survey results within the framework of the project «Resilience of Ukrainian Business During a Full-scale Invasion».*

Retrieved from

[https://drive.google.com/file/d/1yEb44SE\\_K0Lx2KP5DtvOT\\_jVQtkbwnRn/view](https://drive.google.com/file/d/1yEb44SE_K0Lx2KP5DtvOT_jVQtkbwnRn/view)

**Дементьєв Дмитро**

студент V курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна

### АДАПТИВНІ ЧИННИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ЖІНОК-ПІДПРИЄМНИЦЬ В УМОВАХ ПЕРЕМІЩЕННЯ БІЗНЕСУ

Особливість російсько-української війни полягає у тому, вона не є вона не є суто військовим конфліктом. Вона ведеться Росією за так звані традиційні цінності, проти гендерної рівності, а також проти «колективного Заходу, що занепадає». У цьому контексті прагнення українського суспільства дистанціюватися від цінностей «руського мира» створюють додаткове вікно можливостей для змін у питаннях ставлення суспільства до питань гендерної рівності (Kratochvil, O'Sullivan, 2023). Впровадження в Україні гендерно-чутливих політик сприяє соціальній згуртованості, економічному зростанню та розширенню можливостей для членства в ЄС. Крім того, усунення гендерних бар'єрів забезпечує ефективність управління та розвиток розбудови стійкого суспільства, здатного відповідати на сучасні виклики. Вивчення адаптивних чинників соціальної інтеграції жінок-підприємниць в умовах переміщення бізнесу є важливим для

розуміння їхньої ролі в соціально-економічному відновленні України. Жінки-підприємниці не лише забезпечують стабільність власних бізнесів, а й сприяють розвитку нових економічних зв'язків, створенню робочих місць та зміцненню соціального капіталу в громадах, куди вони переміщуються. Наші наукові пошуки ґрунтуються на емпіричних даних, отриманих автором у рамках участі у дослідженні розвитку переміщеного українського жіночого бізнесу, ініційованого та проведеного ГО «Центр соціального аудиту» (м. Київ) у період з вересня по грудень 2024 р. Мета проєкту полягала у розширенні емпіричних даних про досвід українських жінок-підприємниць, які перемістили свій бізнес у нові соціокультурні умови.

На нашу думку, основними показниками, які мають потенційний вплив на процеси інтеграції та адаптації жінок-підприємниць до нових умов реалізації підприємницької діяльності є *вік, рівень освіти та стаж ведення підприємницької діяльності*.

Для валідизації наших міркувань, щодо впливу *віку* на процеси інтеграції та адаптації жінок-підприємниць ми застосували існуючий у сучасній соціологічній теорії принцип формування умовних вікових когорт за концептом "покоління" (наявність соціальних груп у межах великої соціальної спільноти, які за своїми поглядами, ідеями, цінностями помітно відрізняються одна від одної, що особливо проявляється під час соціальних змін). Сформувавши умовні групи «молоде покоління» (18-34), «середнє покоління» (35-54) та «старше покоління» (55+), ми побачили, що українські жінки-підприємниці, в цілому, мають високий адаптивний потенціал до нових соціальних та економічних умов. Так, серед опитаних домінують жінки «середнього покоління», які вже мають сформовані навички управління бізнесом і професійний досвід, а також здатність адаптувати попередній власний досвід до нових умов, що, безсумнівно може допомогти в інтеграції до приймаючих громад. Представниці «молодого покоління» реалізують свій адаптивний потенціал через більшу відкритість до нових культур та технологій, що сприяє швидкій інтеграції. Вони мають більше можливостей для навчання, перекваліфікації та активної участі у соціальному житті приймаючих громад. Інтеграційні практики жінок «старшого покоління» обумовлені наявністю життєвого досвіду, який може допомогти в прийнятті рішень у складних (неоднозначних) ситуаціях. Вони, зазвичай, менш амбіційні, але більш прагматичні щодо цілей інтеграції у приймаючих громадах, які орієнтовані на досягнення соціальної стабільності. Також, аналіз емпіричних даних показав, що процеси інтеграції у нове соціокультурне середовище можуть бути ускладнені втратою соціальних зв'язків з «рідним» середовищем, що може викликати почуття ізоляції у жінок-підприємниць і суттєво ускладнює процеси інтеграції у приймаючі громади.

Якщо говорити про *рівень освіти* опитаних жінок-підприємниць, то, переважно, інформантки мають вищу освіту. Це розкриває перед жінками-переселенками більше можливостей для інтеграції у приймаючі громади. Частка опитаних жінок з професійно-технічною освітою є невеликою (7,7%). Ця категорія жінок має потенціал для інтеграції у сфери, де потрібна середня кваліфікація, переважно сфера послуг. За даними дослідження, саме рівень освіти жінки-підприємниці назвали ключовим інтеграційним ресурсом, який дозволяє їм бути більш впевненим у своєму майбутньому у приймаючих громадах.

Аналіз *стажу підприємницької діяльності* дозволив визначити основні тенденції, які можуть потенційно суттєво впливати на інтеграцію жінок-підприємниць у приймаючі громади. Так, досвід підприємницької діяльності дає жінкам-переселенкам можливість: 1) бачити або створювати джерела доходу, що сприяє фінансовій незалежності. Це дозволяє їм швидше адаптуватися до умов у новій громаді, орендувати житло, забезпечувати потреби сім'ї тощо; 2) розуміти потенційні економічні труднощі та шляхи їх вирішення у конкретних соціально-економічних умовах, що допомагає зменшити стрес і покращує загальне самопочуття; 3) підприємницький досвід сприяє розвитку комунікаційних навичок, які допомагають налагоджувати контакти з клієнтами, партнерами та іншими місцевими підприємцями; 4) наявність соціальних зв'язків, напрацьованих під час підприємницької діяльності, дозволяють формувати підґрунтя для соціальної підтримки у приймаючих громадах; 5) підприємницька діяльність часто потребує розуміння особливостей місцевої культури, ринку і звичаїв. Жінки-переселенки з досвідом у підприємстві швидше опановують ці аспекти, ефективніше адаптують продукти або послуги до потреб приймаючої громади, що сприяє більш ефективній інтеграції через довіру та визнання серед місцевих мешканців; 6) підприємницький досвід зазвичай формує високу впевненість у власних силах, а самореалізація через бізнес допомагає уникнути соціальної ізоляції, яка часто виникає у переселенців; 7) жінки з досвідом ведення бізнесу володіють навичками планування, управління фінансами та вирішення проблем, які є корисними не лише у підприємстві, а й у побуті. Ці навички полегшують подолання труднощів, з якими стикаються переселенці у приймаючих громадах; 8) жінки-підприємниці можуть краще орієнтуватися в можливостях отримання грантів, кредитів чи підтримки від місцевих органів влади та міжнародних організацій, що значно підвищує шанси на успішну інтеграцію у приймаючі громади.

Отже, *вік* відіграє важливу роль у процесі інтеграції жінки-переселенки до нового соціокультурного середовища, оскільки впливає на здатність адаптуватися до змін, сприйняття нового оточення, мобільність і доступ до ресурсів. *Рівень освіти* жінок-переселенок може значною мірою впливати на процеси їхньої інтеграції в нове соціальне

середовище (опитані жінки-підприємниці з вищою освітою мають кращі аналітичні навички, що допомагає адаптувати бізнес до умов нових ринків; підприємниці без спеціалізованої освіти можуть відчувати труднощі в розумінні правових, фінансових або маркетингових аспектів). *Стаж підприємницької діяльності* дозволяє прогнозувати та ефективно адаптуватися до соціально-економічних викликів. Наприклад, найбільш критичними викликами для опитаних жінок-підприємниць є: брак фінансування, пошук приміщення. Проблеми середнього рівня критичності: відсутність мереж підтримки, соціально-культурні розриви, конкуренція. Менш критичні виклики: складні законодавчі умови, обмежені можливості навчання, бюрократичні перешкоди. Дослідження адаптивних чинників соціальної інтеграції жінок-підприємниць в умовах переміщення бізнесу для сучасної України обумовлена глибокими соціально-економічними трансформаціями, спричиненими війни. Масштабне переміщення бізнесів у межах країни та за її кордоном висуває перед підприємницями низку викликів, серед яких — необхідність адаптації до нових ринкових умов, відновлення клієнтських і партнерських зв'язків, забезпечення фінансової стійкості та інтеграції у нове регуляторне середовище. Водночас жінки-підприємниці займають ключову роль у стабілізації економіки, формуванні підприємницьких екосистем і сприянні соціальної згуртованості в приймаючих громадах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kratochvíl, P., & O'Sullivan, M. (2023). A war like no other: Russia's invasion of Ukraine as a war on gender order. *European Security*, 32(3), 347–366. URL: <https://doi.org/10.1080/09662839.2023.2236951>

**Дерев'янюк Олександра**

студентка III курсу спеціальності «Соціальне забезпечення»,  
Навчально-науковий інститут педагогіки і психології Сумський  
державний педагогічний університет  
імені А. С. Макаренка, Україна

## НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ МАЛОЗАБЕЗПЕЧЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

Соціальний захист малозабезпечених осіб є однією з ключових складових соціальної політики будь-якої держави, спрямованої на забезпечення рівних можливостей та підтримку тих, хто через об'єктивні обставини не може самостійно задовольнити свої базові потреби. В Україні ця сфера регулюється комплексом нормативно-правових актів, які

встановлюють механізми надання допомоги, визначають критерії відбору одержувачів та гарантують дотримання їхніх прав.

Основою правового регулювання соціального захисту малозабезпечених осіб в Україні є Конституція України (1996). Вона визначає Україну як соціальну державу, що зобов'язує владу забезпечувати рівні можливості для реалізації прав і свобод громадян, включаючи право на соціальний захист. Стаття 46 Конституції гарантує право кожного на соціальне забезпечення у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від особи обставин, а також у старості. Ці положення створюють конституційну основу для розвитку системи соціального захисту, спрямованої на підтримку вразливих верств населення. Конституція також закріплює принцип рівності прав і свобод громадян незалежно від їх соціального статусу, що є важливим для забезпечення справедливого доступу до соціальних благ. Вона передбачає обов'язок держави створювати умови для ефективної реалізації соціальних прав, включаючи право на житло, охорону здоров'я, освіту та працю. Ці положення формують правову базу для розробки та впровадження соціальних програм, спрямованих на підтримку малозабезпечених осіб.

Важливим елементом нормативно-правової бази є Закон України «Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям» (2000), який визначає порядок призначення та виплати допомоги, а також встановлює критерії малозабезпеченості. Згідно з цим законом, до малозабезпечених належать сім'ї, середньомісячний сукупний дохід яких на одну особу не перевищує прожиткового мінімуму, встановленого законодавством. Цей нормативний акт також регулює питання перевірки майнового стану заявників, що дозволяє уникнути зловживань та забезпечити цілеспрямованість соціальної допомоги.

Однак соціальний захист малозабезпечених осіб передбачено й іншими Законами України: «Про житловий фонд соціального призначення» (2006), «Про соціальні послуги» (2019), «Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування» (2005), «Про основи соціального захисту бездомних осіб і безпритульних дітей» (2005), «Про пенсійне забезпечення» (1991) тощо.

Зокрема, Закон України «Про соціальні послуги» (2019) визначає правові, організаційні та економічні засади надання соціальних послуг, спрямованих на покращення життєвого рівня вразливих верств населення. Закон передбачає різноманітні види соціальних послуг, включаючи матеріальну допомогу, медичну, психологічну підтримку, соціальну реабілітацію та інші форми допомоги, що забезпечують базові потреби громадян.

Важливим аспектом закону є принцип адресності, який передбачає надання послуг з урахуванням індивідуальних потреб та соціального стану особи. Це дозволяє ефективно

розподіляти ресурси та забезпечувати допомогу тим, хто її найбільше потребує. Закон також закріплює участь громадських організацій та приватних суб'єктів у наданні соціальних послуг, що сприяє розширенню доступності та якості таких послуг.

У контексті соціального захисту малозабезпечених осіб Закон України «Про соціальні послуги» (2019) відіграє ключову роль у запобіганні соціальному виключенню, зменшенні рівня бідності та забезпеченні рівних можливостей для всіх громадян. Він є складовою частиною державної політики, спрямованої на побудову інклюзивного суспільства, де кожна особа має доступ до необхідних ресурсів для реалізації своїх прав та свобод. Таким чином, цей закон є важливим інструментом у системі соціального захисту, що сприяє стабільності та соціальній справедливості в Україні.

Закон України «Про пенсійне забезпечення» (1991) регулює правові основи призначення, обчислення та виплати пенсій, спрямовані на забезпечення соціального захисту громадян у зв'язку з досягненням пенсійного віку, втратою працездатності або втратою годувальника. Він встановлює принципи пенсійної системи, включаючи обов'язкове державне пенсійне страхування, що фінансується за рахунок внесків працівників, роботодавців та держави. Закон передбачає різні види пенсій: за віком, за інвалідністю, у зв'язку з втратою годувальника та за вислугу років. Реформа пенсійної системи, закріплена цим законом, спрямована на підвищення її стійкості та справедливості, що є важливим кроком у контексті демографічних змін та економічних викликів. Таким чином, Закон України «Про пенсійне забезпечення» (1991) є ключовим інструментом соціальної політики, що забезпечує гарантії стабільності та підтримки для громадян похилого віку.

Окрім цього, соціальний захист малозабезпечених осіб реалізується через програми підтримки, які фінансуються з державного та місцевих бюджетів. До них належать, зокрема, програми з надання житлових субсидій, компенсацій за комунальні послуги, а також допомоги у вигляді продуктів харчування, одягу та інших необхідних речей. Ці програми спрямовані на забезпечення базових потреб тих, хто перебуває у складному матеріальному становищі. Важливу роль у системі соціального захисту відіграють місцеві органи влади, які мають повноваження розробляти та впроваджувати регіональні програми підтримки малозабезпечених. Це дозволяє враховувати специфіку соціально-економічного розвитку окремих територій та забезпечувати більш гнучкий підхід до вирішення проблем малозабезпечених громадян.

Таким чином, нормативно-правове регулювання соціального захисту малозабезпечених осіб в Україні є важливим інструментом забезпечення соціальної справедливості та стабільності. Проте для підвищення ефективності цієї системи необхідне

подальше вдосконалення законодавства, збільшення обсягів фінансування та впровадження сучасних механізмів адміністрування соціальних програм. Лише за таких умов можна досягти реального покращення життя малозабезпечених громадян та забезпечити їм гідний рівень існування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям: Закон України від 1.06. 2000 № 1768-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1768-14#Text> (дата звернення: 01.02.2025).

2. Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування: Закон України від 13.01.2005 № 2342-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2342-15#Text> (дата звернення: 28.01.2025).

3. Про основи соціального захисту бездомних осіб і безпритульних дітей: Закон України від 02.06.2005 № 2623-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2623-15#Text> (дата звернення: 28.01.2025).

4. Про пенсійне забезпечення: Закон України від 05.11.1991 № 1788-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1788-12#Text> (дата звернення: 01.02.2025).

5. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/Z960254K?an=1> (дата звернення: 01.02.2025).

6. Про житловий фонд соціального призначення: Закон України від 12.01.2006 № 3334-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3334-15#Text> (дата звернення: 28.01.2025).

7. Про соціальні послуги: Закон України від 17.01.2019 № 2671-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (дата звернення: 01.02.2025).

**Дибя Михайло**

аспірант кафедри корпоративних фінансів і контролінгу,  
факультет фінансів,  
*Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана, Україна*

## **ПОТЕНЦІАЛ ЗАЛУЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

В умовах посилення геополітичних викликів зростають ризики фінансування на ранніх етапах розвитку бізнесу. Це зумовлює чергове скорочення можливостей доступу до традиційних джерел венчурного фінансування. Виникають також труднощі із залученням ресурсів для прискорення розвитку та масштабування бізнесу. Наприклад, основний традиційний метод венчурного фінансування (самофінансування або bootstrapping) здатний забезпечити незалежність на початковому етапі ведення бізнесу. Однак, це доволі обмежений доступ капіталу, який ставить під питання можливість інтенсивного розвитку за рахунок браку фінансових ресурсів. Фінансування за рахунок ресурсів команди, родичів та друзів (Friends and Family Funding) здатне також забезпечити достатньо швидкий доступ до фінансування. Однак, такий ресурс є також доволі обмеженим. Традиційні венчурні фонди здатні забезпечити значний обсяг фінансування, але, зазвичай, венчурні фонди спеціалізуються на фінансуванні бізнесу на пізніх стадіях його розвитку. Недоліком залучення ресурсів із цього джерела є можливість посилення контролю з боку інвестора. У розвинених країнах світу все більше популяризується венчурне фінансування за рахунок залучення ресурсів бізнес-ангелів. Бізнес-ангели часто надають стартапам наставництво та доступ до своїх контактів поряд із фінансуванням. Проте, доступ до ресурсів бізнес-ангелів досить обмежений. Значну кількість альтернативних можливостей здатні запропонувати інкубатори та акселератори. Однак, бар'єром може бути обмежена кількість місць у акселераційних програмах. Високі витрати на підготовку до IPO, необхідність дотримання регуляторних вимог, тиск на виконання фінансових цілей можуть створити перешкоду для первинного публічного розміщення акцій на фондовій біржі для залучення капіталу від публічних інвесторів.

Відповідно, на практиці виник досить широкий спектр сучасних (альтернативних) методів венчурного фінансування. Термін «Corporate Venture Capital (CVC)» (корпоративний венчурний капітал) пов'язаний із прямими інвестиціями відомих корпорацій у приватні компанії з високим потенціалом інноваційного розвитку та зростання. У результаті успішної основної діяльності формуються фінансові ресурси,

відбувається накопичення капіталу. Відповідно, наведені процеси супроводжуються створенням фонду корпоративного венчурного капіталу. CVC інвестують для потреб стартапів. Основною метою діяльності CVC є отримання фінансової віддачі від вкладених інвестицій (аналогічна до мети традиційного венчурного фонду) (Lee, 2024).

Розширення можливостей інвестування можливе також за рахунок врахування фактора імпаكتу в процесі залучення венчурного капіталу. Поряд із CVC, розглядають Impact Venture Capital. У вказаному контексті варто звернути увагу на визначення імпаكت інвестицій. За основу визначення імпаكت інвестицій вважаємо за доцільне взяти точку зору експертів the Global Impact Investing Network (GIIN, 2018) визначає імпаكت-інвестування як «інвестиції, зроблені в компанії, організації та фонди з наміром створити позитивний соціальний ефект або вплив на навколишнє середовище разом із отриманням фінансової віддачі» (Global Impact Investing Network, 2018).. У свою чергу, окремі фонди венчурного капіталу приймають рішення щодо інвестицій, спираючись на соціальну та екологічну відповідальність бізнесу або стартапу (Holtslag, etc., 2021).

Поряд із імпактом, практичне застосування також має низка інших сучасних та інструментів венчурного фінансування. Зокрема, на початковому етапі діяльності стартапу доволі часто виникає питання стосовно оцінки компанії. У такому випадку можливим є застосування Convertible Notes та Simple Agreement for Future Equity (SAFE). Обидва інструменти мають однакову фінансову природу, але є дещо відмінними в частині схем залучення капіталу для фінансування інноваційних стартапів. В основі механізму Convertible Notes лежить надання позики на початковому етапі діяльності стартапу без вимоги сплати фіксованого відсотку. Натомість, вкладений капітал конвертується у власні акції на наступних етапах функціонування інноваційного стартапу (Holtslag, etc., 2021; Large and Megge, 2018).

Таким чином, інноваційні джерела мають суттєвий потенціал для залучення ресурсів для цілей венчурного фінансування в Україні. Це є важливою складовою для відновлення, конкурентоспроможності та зростання вітчизняного венчурного бізнесу.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Lee J. (2024). Corporate Venture Capital: Is A CVC Unit What You Need? <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/08/07/corporate-venture-capital-is-a-cvc-unit-what-you-need/>
2. Global Impact Investing Network. (2018). Annual impact investor survey. [https://thegiin.org/assets/2018\\_GIIN\\_Annual\\_Impact\\_Investor\\_Survey\\_webfile.pdf](https://thegiin.org/assets/2018_GIIN_Annual_Impact_Investor_Survey_webfile.pdf)

3. Holtslag, M., Chevrollier, N., & Nijhof, A. (2021). Impact investing and sustainable market transformations: The role of venture capital funds. *Business Ethics, Env & Resp.*, 30, 522–537. <https://doi.org/10.1111/beer.12371>

4. Large, D., & Muegge, S. (2008). Venture capitalists' non-financial value added: An evaluation of the evidence and implications for research. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 10(1), 21–52. <https://doi.org/10.1080/13691060701605488>

**Іорга Софія**

студентка ІV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

**Даниленко Олена**

к.екоп.н, доцент кафедри соціоекономіки  
та управління персоналом  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **МЕНЕДЖМЕНТ ЯКОСТІ ОСВІТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ВИКЛИКИ ТА РІШЕННЯ**

В нинішніх умовах воєнного стану освітня система України стикається з безпрецедентними викликами, які впливають на її подальше функціонування, доступність та якість. Збройний конфлікт ставить перед викладачами та здобувачами освіти нові ситуації, які часто є стресовими факторами, що призводять до втрати та переоцінки ресурсів навчання. Ці реалії роблять проблему забезпечення доступу до якісної освіти не лише відповідальністю навчальних закладів, а й певним важливим суспільним завданням, адже освіта була і залишається основою зміцнення суспільства та післявоєнного відновлення України. Основні труднощі та можливі рішення у їх подоланні в освітньому секторі в умовах воєнного стану в Україні критично проаналізовано та узагальнено за літературними джерелами (*Вознюк Л., Доброгорський О., 2022; збірник матеріалів Звітної наукової конференції Інституту цифровізації освіти НАПН України «Цифрова трансформація освіти України в умовах воєнного стану», 2023; Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки, 2024; Інформаційно-аналітичний збірник «Освіта і наука України в умовах воєнного стану: виклики, розвиток, повоєнні перспективи», 2023; Погребняк В.П., Дашковська О.В., Мельник О.М., 2024*). Вони комплексні і включають як фізичну, так і психологічну складову, яка хвилює усіх учасників навчально-виховного процесу.

*Зриви навчального процесу.* Постійні бомбардування, руйнування навчальних будівель та закладів, університетів, а також масове переселення викладачів та здобувачів освіти суттєво впливають на навчальний процес. Молодь та діти, які змушені переїхати в інші регіони або навіть здобувати вищу освіту за межами країни, мають низку проблем, зокрема з новою освітньою системою та мовою, якою вони розмовляють.

Суттєвими є *втрати професорсько-викладацького складу*, який або виїжджає, або бере участь у захисті країни. За таких обставин багато шкіл чи навіть ВНЗ мають неуплектований штат педагогів або наймають викладачів на неповний робочий день.

Має місце *нерівний розподіл технологій, які сприяють дистанційній освіті або ж відсутність доступу до ресурсів взагалі*. У багатьох регіонах порушена інфраструктура, часті відключення електроенергії, відсутність підключення до Інтернету та до сучасних технологій – усе це створює значні труднощі в організації дистанційного чи гібридного навчання. Особливо це стосується сільської місцевості, яка тривалий час не має технічної бази.

*Психологічний стрес.* Воєнний стан сприяє відчуттю постійної напруги серед усіх учасників навчального процесу. Постійні авіаудари, евакуації, руйнування навчальних закладів і втрата друзів суттєво впливають на психіку молоді, дітей і педагогів. Кожен сигнал про небезпеку виснажує і фізично, і морально. Здобувачі освіти часто відчувають розгубленість і страх щодо свого майбутнього. Батьки, які зазвичай намагаються захистити своїх дітей від психологічної травми, самі перебувають у стані страху. Також важливо враховувати втому, яку отримують педагоги, які виконують подвійну роль: і вихователів, і моральних радників для молоді та учнів.

*Зміни пріоритетів державного фінансування.* Під час воєнного стану державні кошти в основному спрямовуються на військову оборону та гуманітарні ініціативи, які мають значний вплив на фінансування сектору освіти. Відповідно, часто виникає становище, коли Уряду доводиться обирати між нагальними потребами та довгостроковими інвестиціями в освіту, що часто зменшує бюджет на освіту.

*Для забезпечення якості освіти Урядом та Міністерством освіти і науки України запроваджено ряд рішень*, які мають позитивний вплив на освітній процес та його результати:

*Цифровізація освіти.* Перехід від очного до дистанційного або змішаного навчання з використанням онлайн-медіа допомогло і допомагає забезпечувати безперервність навчання навіть у регіонах з підвищеною небезпекою.

*Мобільні навчальні засоби.* Організація мобільних класів або тимчасових освітніх приміщень для осіб, переміщених внаслідок воєнного стану, внутрішнього насильства

дозволяє дітям у проблемних районах та ситуаціях також мати доступ до якісної освіти.

*Допомога в навчальному процесі та психологічна допомога.* Професійний розвиток викладачів у сфері цифрових технологій має вирішальне значення для успішного переходу на дистанційне або гібридне навчання. У нових умовах педагоги також потребують значної допомоги для підтримки якості навчального процесу у контексті оволодіння цифровими методами та методами кризового навчання. МОН України проводяться спеціалізовані тренінги для відповідної допомоги у цьому контексті, що дозволяє викладачам успішно співпрацювати з молоддю та учнями в ситуаціях стресу та нестабільності. Впровадження психологічних програм знижує рівень стресу та сприяє ефективному навчанню. Здобувачам освіти та викладачам надається доступ до сучасних освітніх ресурсів і можливості обміну досвідом з міжнародними експертами, що підвищує стабільність і гнучкість.

*Прийняття гнучкого підходу.* МОН України усвідомлює, що освітні ініціативи мають враховувати реальні здібності та вимоги молоді та учнів. Це передбачає оптимізацію обсягу навчання, впровадження модульності в навчальний процес, можливість більш організованої структури матеріалу, а також надання можливості здобувачам освіти будувати індивідуальну освітню траєкторію. За потреби важливо створювати альтернативну навчальну програму, яка врахує особливості постраждалих регіонів і матиме найбільший ступінь гнучкості, щоб забезпечити доступність освіти в складних ситуаціях.

*Міжнародна співпраця.* Допомога ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ та інших міжнародних організацій дозволяє надавати фінансову, технічну та методичну допомогу у відновленні та розширенні української освіти.

Отже, управління якістю освіти в умовах воєнного стану в Україні вимагає гнучкості, інноваційності та колективних зусиль усіх сторін. Постійний доступ до якісної освіти має важливе значення для збереження здібностей майбутніх поколінь і відновлення країни після завершення конфлікту. Успіх у цій справі залежить від ефективної комунікації на кожному рівні управління та активної підтримки міжнародної спільноти.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вознюк Л., Доброгорський О. Особливості освітнього менеджменту в умовах воєнного стану. *Вісник Дніпровської академії неперервної освіти. Серія Публічне управління та адміністрування*. 2022. № 1. С. 48-54. URL : <https://doi.org/10.54891/2786-6998-2022-1-8>
2. Звітна наукова конференція Інституту цифровізації освіти НАПН України «Цифрова трансформація освіти України в умовах воєнного стану» : збірник матеріалів, 24 лютого 2023 р., м. Київ / упоряд.: О. П. Пінчук, Н. В. Яськова. Київ : ІЦО НАПН України, 2023. 157 с.

3. Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II / [Ред.: В. Ільницький, М. Галів]. Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2024. 282 с.

4. Освіта і наука України в умовах воєнного стану: виклики, розвиток, повоєнні перспективи. Інформаційно-аналітичний збірник. Міністерство освіти і науки України. Інститут освітньої аналітики. Київ, 2023. 64 с.

5. Погребняк В.П., Дашковська О.В., Мельник О.М. Трансформація системи вищої освіти України в умовах воєнного стану. *Інноваційна педагогіка*. 2024. Випуск 68. Том 1. С. 223-228. URL : <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/68.1.44>

**Ільєнко Алла**

старший викладач кафедри  
соціоекономіки та управління персоналом,  
*Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана, Україна*

**Кондратенко Юлія**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **СОЦІАЛЬНІ СТАНДАРТИ ТА ГАРАНТІЇ ДЛЯ ЗАЙНЯТОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ**

В умовах війни та демографічної кризи соціальні стандарти та гарантії для зайнятого населення України грають важливу роль, оскільки створення ВВП зайнятими є запорукою добробуту і виживання держави. Дослідженнями соціальних стандартів та гарантій за останні три роки в Україні займалися Андрій В., Тімашов О., Наливайко І., Філюк О., Козарезенко Л., Савченко Н., Кукурудза О., Смирнова І., Сімакова О., Карлаш Ю. та інші науковці. Переважна більшість науковців здійснюють дослідження лише загальних аспектів соціальних стандартів та гарантій всіх категорій населення.

Соціальні стандарти та гарантії для зайнятого населення регламентуються Конституцією України, Законом України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії», Закону України «Про оплату праці», Закону України «Про прожитковий мінімум», Закон України «Про державний бюджет на..», Постанова КМУ «Про затвердження Порядку проведення індексації грошових доходів населення» та інші.

Відповідно до Закону України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» (Закон України «Про державні..») для зайнятого населення базовим

соціальним стандартом, що є прожитковим мінімумом. До базових соціальних гарантій зайнятого населення можна віднести мінімальний рівень заробітної плати, неоподаткований мінімум доходів громадян та індексація доходів населення. Порівняльний аналіз базових соціальних гарантій зайнятого населення та середньої зарплати проведено в таблиці 1.

Аналіз таблиці 1 показує, що за 2021-2024 роки мінімальний розмір зарплати збільшився на 23,08% , у той же час індекс інфляції у 2024 до рівня 2020 року становив 163,92% , що

Таблиця 1 - Порівняльний аналіз середньої заробітної плати, прожиткового мінімуму, прожиткового мінімуму на 1 працездатну особу, неоподаткованого мінімуму та індексу інфляції\*

№	Назва показника	2021	2022	2023	2024	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення			
						2022\2021	2023\2022	2024\2023	2024\2021	2022\2021	2023\2022	2024\2023	2024\2021
1	Середньомісячна зарплата, грн	11591	14014	14847	17442	2423,0	833,00	2595,00	5851,00	120,90	105,94	117,48	150,48
2	Мінімальний розмір заробітної плати, грн (на 31.12.)	6500	6700	6700	8000	200	0	1300	1500	103,08	100	119,4	1123,08
3	Прожитковий мінімум, грн(на 31.12.)	2393	2589	2589	2920	196,00	0,00	331,00	527,00	108,19	100,00	112,78	122,02
4	Прожитковий мінімум на одну працездатну особу, грн(на 31.12.)	2481	2684	2684	3028	203,00	0,00	344,00	547,00	108,18	100,00	112,82	122,05
5	Індекс інфляції, %	110	126,6	105,1	112	16,60	21,50	6,90	2,00	115,09	83,02	106,57	101,82
6	Неоподаткований мінімум для кваліфікаційних правопорушень, грн	1241	1342	1342	1514	101,0	0,00	172,00	273,00	108,14	100,00	112,82	122,00
7	Реальна заробітна плата, грн	10537	11069	14126	15573	532,24	3057,04	1446,67	5035,94	105,05	127,62	110,24	147,79

\*складено авторами на основі джерел 3,6,7,9

свідчить про високий рівень падіння реального розміру мінімальної заробітної плати(на 40%). Прожитковий мінімум з 2021 по 2024 роки зріс на 122,02% та становив у 2024 році 36,5% до рівня мінімального розміру заробітної плати. Прожитковий мінімум на одну працездатну особу на кінець 2024 року становив 3028 грн на зріс до рівня 2021 року на 22,05% (аналогічно до показника прожиткового мінімуму). Неоподаткований мінімум для кваліфікаційних правопорушень становив 50% до прожиткового мінімуму, тому показники зростання мають аналогічні тенденції. Рівень середньомісячної номінальної зарплати зріс на 50,48% у 2024 до рівня 2021. Реальна середньомісячна зарплата з урахуванням індексу інфляції 1,639 у 2024 році до 2021 у 2024 році становила 12612,99 грн, що є близьким до рівня 2021 року. Індекс Кейтца становив в 2021 -56 %, в 2022-47,8%, в 2023 -45,1% та в 2024 - 45,8 %, що є низьким показником (рекомендований 60%).

З проведеного дослідження можна зробити висновки: соціальні стандарти та гарантії в Україні дотримуються, проте на низькому рівні через економічну кризу та військові дії; індексація доходів не впливає істотно на рівень зарплати; індекс Кейтца є низьким в порівнянні з країнами ЄС; методика прожиткового мінімуму вимагає перегляду, а його розмір є низьким;

середній розмір зарплат не відповідає рівню ЄС ( Oleksandr Skrypnyk...), тому в Україні спостерігається брак робочої сили в зв'язку із трудовою міграцією.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андріїв В. В., Тімашов В. О. Державні соціальні стандарти та нормативи в системі соціального захисту. *Аналітичне-порівняльне правознавство/редкол.: Ю. М. Бисага (голов. ред.), В. В. Заборовський, Д. М. Белов, С. Б. Булеца та ін.; ДВНЗ «УжНУ» – Ужгород, 2024. №2. С. 296-300. URL <http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/303267/295355>*
2. Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії». Відомості Верховної Ради України (ВВР). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2017-14#Text>
3. Індекс інфляції в Україні URL:<https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
4. Наливайко І. Роль держави у забезпеченні соціальних стандартів та гарантій: теоретико-правові аспекти та світовий досвід. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. 2023.№2(123).С. 151-155 URL:<https://er.dduvs.edu.ua/handle/123456789/12079>*

5. Козарезенко, Л., Савченко, Н., Кукурудза, О. (2024). Фінансове забезпечення державних соціальних гарантій в умовах соціально-економічних трансформацій. *Економіка та суспільство*, (66). URL <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4598>
6. Мінімальна зарплата в Україні URL:<https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/>
7. Прожитковий мінімум в Україні URL:<https://index.minfin.com.ua/ua/labour/wagemin/>
8. Філюк, О. Вдосконалення соціальних стандартів як передумова підвищення ефективності бюджетного забезпечення соціальної політики *Актуальні питання фінансової науки та практики: збірник наукових праць кафедри фінансів ім. С. І. Юрія Західноукраїнського національного університету. Тернопіль: ЗУНУ, 2024. Вип. 1. С188-190* URL: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/51877/1/T\\_4.pdf](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/51877/1/T_4.pdf)
9. Середньомісячна зарплата за видами економічної діяльності URL:
10. Смирнова, І., Сімакова, О., Карлаш, Ю. Державні соціальні стандарти та гарантії як основа ефективного розвитку соціального захисту населення в Україні. *Економіка та суспільство*, (2021). (34). URL [:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/977](https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/977)
11. Oleksandr Skrypnyk, Alla Ilyenko, Oleksandr Salyvon and Vitalii Hutnitskyi (2022). Decent wages as a basis for socially responsible business practices in the new economy. *Social and labour relations: theory and practice*, 12(2), 32-39. doi:10.21511/slntp.12(2).2022.04

**Купрієнко Анастасія**

студентка IV курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## **РОЖЕВИЙ ПОДАТОК В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ**

Незважаючи на те, що вже досить довгий час питання гендерної рівності є одним із ключових на порядку денному соціальної політики кожної розвиненої країни, у тому числі України, залишається досить поширеним таке явище, як цінова дискримінація, тобто така дія, за якої той самий товар пропонується різним покупцям за різними цінами. Є декілька видів цінової дискримінації, але є яскраві приклади цінової дискримінації в нашому

суспільстві, які підпадають під цю категорію, одна з яких це стать. Цінова дискримінація за ознакою статі настільки поширена, що в усьому світі поняття «рожевий податок» або прихований податок стало цілком знайомим для фахівців. Так званий «рожевий податок» додається до товарів, створених спеціально для жінок.

Одним із перших досліджень нерівності у вартості товарів для жінок та чоловіків стало проведене в 1992 році Департаментом у справах споживачів міста Нью-Йорка під назвою «Gypped by Gender» («Гендерна дискримінація») (Gypped by Gender, 1992), яке надало переконливі докази існування такої економічної проблеми. Аналітика показала, що жінки платять значно вищі ціни, ніж чоловіки, за такі послуги, як стрижка, хімчистка та купівля вживаних автомобілів. У середньому жінки платили на 25% більше за ту ж саму стрижку і на 27% більше за прання базової сорочки, ніж чоловіки. При купівлі вживаних автомобілів жінки вдвічі частіше отримували завищені ціни. Це призвело до підрахунків, що жінки фактично платили на понад 1300 доларів більше на рік через гендерну цінову дискримінацію, так званий «гендерний податок».

Хоча питання цінової дискримінації за ознакою статі перебуває в центрі уваги протягом десятиліть, на жаль, залишається реальністю, що жінки часто платять більше, ніж чоловіки, за ті ж самі товари та послуги. Дані чітко свідчать про те, що ця нерівність існує на різних споживчих ринках.

Хоча ці висновки спричинили дискусії та деякі законодавчі дії, спрямовані на заборону гендерного ціноутворення на послуги в певних юрисдикціях, проблема залишається актуальною впродовж останніх кількох десятиліть. Порухення закону Нью-Йорка про заборону гендерно зумовленого ціноутворення на послуги продовжуються й досі: міське агентство у справах споживачів щорічно виносить підприємствам понад 100 приписів про порушення. Дослідження 2011 року, проведене Університетом Центральної Флориди, підтвердило, що такі товари, як дезодорант, а також послуги, такі як стрижка та хімчистка, як і раніше, коштують дорожче для жінок, ніж для чоловіків. Наведені наукові дослідження мали своє законодавчі та правові наслідки, оскільки привернули увагу громадськості. Так, у США було визнано існування «рожевого податку» (de Blasio & Menin, 2015), пізніше, у 2020 році в штаті Нью-Йорк було прийнято закон про заборону такого податку, з 2023 року до цього долучилася також Каліфорнія, де було введено штрафи для компаній, які нерівномірно призначають ціни на товари для жінок та чоловіків.

Традиційно з розвитком реклами ми спостерігаємо поступове формування образу «нормативної жіночності»: струнка доглянута жінка, яка постійно стежить за своєю зовнішністю, купує спеціальні засоби з догляду за обличчям, тілом, волоссям, для боротьби

зі старінням оскільки в цій системі координат вона має боротися за збереження молодості. Зовнішній вигляд пропонується трактувати як вимір успіху: молода й доглянута = успішна.

М. Лафферті пише про те, що жінки, відчуваючи такий тиск, напевне будуть схильні до придбання гендерно маркованих споживчих товарів для того, щоб відповідати стандартам нормативної жіночності і ймовірно подолати прірву між ідеальним і справжнім виглядом шляхом такого споживання (Lafferty, 2019).

Фактично відбувається взаємозалежність процесів виробництва та споживання: формується певний образ жіночності з метою продавати жінкам більше товарів для догляду чи модного одягу, це, відповідно, формує запити на товар певного ґатунку і виробники на це реагують.

Кількість товарів догляду за обличчям, тілом, руками значно відрізняється в лінійках для чоловіків та жінок. Щоб це продемонструвати ми можемо провести просте дослідження. Наприклад, на популярному сайті Makeup за запитом «крем від зморшок для чоловіків» видається 684 товари, а за запитом «крем для зморшок для чоловіків - 175; «крем навколо очей для чоловіків» – 66 товарів, «крем навколо очей для жінок» – 1826 товарів; «крем для рук для чоловіків» – 86; «крем для рук для жінок» – 4784 найменування; «лосьйон для тіла для чоловіків» – 129 товарів, «лосьйон для тіла для жінок» – 4249 товарів; «крем для ніг для чоловіків» – 29 товарів, «крем для ніг для жінок» – 883.

Отже, таке просто порівняння доводить, що в світі, де ми так багато говоримо про гендерну рівність, виробники косметичних продуктів переважно орієнтуються на стереотипну фемінність та маскуліність: жінка має доглядати за собою, щоб приваблювати чоловіка, чоловік може не перейматися своєю зовнішністю або перейматися набагато менше. Фактично проведений навіть поверховий аналіз демонструє, як психологічні та соціальні явища (очікування від гендерних ролей, запити, обов'язки, образи) стають економічними (ціна на продукти та кількість пропозицій певних лінійок на ринку товарів споживання).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. De Blasio, B., & Menin, J. (2015). *From cradle to cane: The cost of being a female consumer: A study of gender pricing in New York City*. New York, NY: New York City Department of Consumer Affairs. Retrieved from <https://www.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>
2. Gyped by Gender: A Study of Price Bias Against Women in the Marketplace. (1992). New York: Department of Consumer Affairs.

3. Lafferty, M. (2019). *The pink tax: The persistence of gender price disparity*. *Midwest Journal of Undergraduate Research*, 11(2019), 56-72. Retrieved from <http://research.monm.edu/mjur/files/2020/02/MJUR-i12-2019-Conference-4-Lafferty.pdf>

**Куценко Роман**

студент V курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ РЕЛОКОВАНОГО БІЗНЕСУ В ПРИЙМАЮЧИХ РЕГІОНАХ**

Релокація бізнесу в умовах війни, яка відбувається на території України, є успішною стратегією для ведення бізнесу всупереч кризовим ситуаціям. Вона дає можливість для збереження, як самого бізнесу, його працівників, а й також, забезпечує подальший розвиток підприємства на новій території. Процес релокації не завжди проходить безболісно - він може зачепити як соціальну так і економічну сторону бізнесу.

Термін “релокований бізнес” походить від латинських слів “locus” – місце, “re” – знову та суфікса “ion”, який позначає дію, тобто воно означає дію з розташування знову [1]. Це поняття означає, що бізнес перемістився в інший регіон країни задля збереження свого господарювання. Різні аспекти релокації бізнесу під час війни досліджувало безліч науковців, важливі питання підняли В. Лавренюк, Є. Поліщук, А. Коринлюк, В. Горбов, А. Іващенко, О. Юрченко, М. Дацишин та інші дослідники [2]. Також важливі питання щодо функціонування підприємств в нових регіонах досліджували Г. Алексін, М. Теплюк, О. Ковалик та А. Шардакова, О. Собкевич та інші.

Соціально-економічна адаптація релокованого бізнесу в приймаючих регіонах, процес який передбачає інтеграцію підприємства в нові соціальні, економічні, культурні рамки. Успішність такого бізнесу можна виміряти за тим, наскільки ефективно бізнес взаємодіє з місцевою громадою, ринковим середовищем, владою. В процесі релокації бізнесу можна виділити соціальний та економічний аспекти адаптації. Соціальний аспект адаптації включає в себе встановлення контактів з місцевими споживачами, створення позитивного іміджу. Невід'ємною частиною соціальної адаптації також є формування довіри серед місцевого населення, через всілякого роду ініціативи. Також важливо пам'ятати про своїх працівників, для яких важливо адаптуватися в нових умовах.

Не менш важливою в соціальній адаптації бізнесу є також налагодження комунікації з громадськими організаціями та участь у регіональних програмах розвитку. Потрібно розуміти культуру регіону, місцеві традиції, менталітет та цінності [3]. Економічний аспект адаптації це про аналіз місцевого ринку, це про конкурентів та доступ до ресурсів. Бізнес повинен бути впевнений в попиті на їхній продукт, через проведення маркетингових досліджень. Економічна адаптація потребує налагодження співпраці з місцевими постачальниками, партнерами та споживачами. Це може сприяти оптимізації логістики, зниженню витрат і підвищенню конкурентоспроможності компанії.

В економічній адаптації релокованого бізнесу велику роль відіграє питання фінансування та інвестицій. Доступ до кредитів, державних програм підтримки бізнесу та залучення місцевих інвесторів може відігравати ключову роль у стабільному функціонуванні релокованого підприємства. Для релокованого бізнесу важливий рівень розвитку інфраструктури приймаючого регіону. Саме який рівень розвитку транспортних сполучень, доступ до інтернету, рівень розвитку ділових центрів. Оренда нерухомості або купівля, облаштування виробничих потужностей та створення робочих місць є важливими аспектами процесу адаптації [3].

Отже, соціально-економічна адаптація релокованого бізнесу в приймаючих регіонах вимагає комплексного підходу, що включає активну взаємодію з місцевими громадами, розвиток соціальної відповідальності, аналіз ринкової ситуації та ефективне управління фінансами. Успішна інтеграція сприяє не лише збереженню та розвитку бізнесу, а й позитивно впливає на соціально-економічний розвиток регіону, створюючи нові робочі місця, сприяючи економічному зростанню та формуючи сприятливий інвестиційний клімат. Релокація бізнесу - це не тільки про ризики, а й про великі можливості розвитку підприємства в новому регіоні. Потрібно бути гнучким та готовим до змін, вміти адаптуватися та співпрацювати. Чим швидше й краще пройде адаптація бізнесу, тим більше буде користі від цього як для бізнесу, так і для приймаючого регіону.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мангушев Д.В., Будріс Т.І., Калініченко В.В. Релокація бізнесу в умовах війни. *Економіка та управління підприємствами*. 2023.
2. URL:<https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c55cfc16-47f6-4cd1-b09b-7d53b9eb4782/content>. М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана, Каф. корпоратив. фінансів і контролінгу ; за заг. наук. ред. Є. А. Поліщук, А. І. Іващенко. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2023. – 160 с.

3. Volodymyr Panchenko, Iryna Grabchuk. Виклики релокації бізнесу: регуляторний та обліковий виміри. 02.06.2024. URL: [https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/06/6.24.\\_topic\\_Volodymyr-Panchenko-Iryna-Grabchuk-246-252.pdf](https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/06/6.24._topic_Volodymyr-Panchenko-Iryna-Grabchuk-246-252.pdf).

**Лисенко Діана**

студентка III курсу спеціальності «Соціальне забезпечення»,  
філологічний факультет,  
кафедра філософії та культурології  
*Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича, Україна*

### **МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ В РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ**

Місцеві органи влади мають суттєве значення для впровадження соціальних програм. Це пояснюється тим, що саме на місцевому рівні чітко визначаються потреби громади, на основі яких розробляються відповідні програми. Маючи прямий контакт з населенням, місцева влада здатна оперативно реагувати на соціальні виклики, ефективно розподіляти ресурси та забезпечувати реалізацію програм. Крім того, вони несуть відповідальність за управління та моніторинг результатів соціальних ініціатив, гарантуючи прозорість та підзвітність у витрачанні публічних коштів.

Законодавча база місцевого самоврядування в Україні, що стосується соціальних програм, включає низку нормативних актів, які забезпечують ефективну реалізацію соціальних ініціатив на місцевому рівні. Одним із основних документів є Закон України «Про державні цільові програми», який встановлює загальні принципи розробки та реалізації державних програм, зокрема в соціальній сфері. Закон визначає порядок розподілу бюджетних коштів і надає місцевим органам влади право формувати та впроваджувати соціальні програми, орієнтуючись на потреби громади (ЗУ про державні цільові програми, 18.03.№ 1621, 2004 ).

До того ж важливими є методичні рекомендації, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, які регулюють процес розробки державних цільових програм. Цей документ дає конкретні настанови для місцевих органів влади щодо підготовки соціальних програм, забезпечуючи їх відповідність загальним стандартам і вимогам (Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 08.05., № 114, 2003).

Порядок розробки та виконання регіональних цільових програм регулюється також іншими актами, зокрема наказом Міністерства економіки України, який визначає правила

моніторингу і звітності про виконання програм, що допомагає забезпечити прозорість та ефективність їх реалізації (Наказ Міністерства економіки України від 04.12., № 367, 2006).

Окремо варто відзначити Постанову Кабінету Міністрів України від 31 січня 2007 р. № 106, яка встановлює порядок розробки, затвердження та виконання державних цільових програм, зокрема соціальних. Цей акт є основою для організації і фінансування соціальних ініціатив на місцевому рівні, визначаючи чіткі механізми та процедури.

Згідно з Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», органи місцевої влади мають важливі повноваження в соціальній сфері, що дозволяють реалізувати соціальні програми та покращувати умови життя громади (ЗУ Про місцеве самоврядування, 1998). Однією з основних функцій закону є розробка та впровадження соціальних ініціатив, спрямованих на підтримку вразливих груп населення, таких як діти з особливими потребами, пенсіонери, люди з інвалідністю, багатодітні родини та малозабезпечені сім'ї. Місцева влада забезпечує соціальний захист, координує роботу соціальних установ та організовує надання послуг для поліпшення якості життя. Це включає фінансування соціальних програм і контроль за їх виконанням. Органи місцевої влади виконують делеговані повноваження, що стосуються соціального захисту. Вони здійснюють управління реалізацією державних стандартів у цій сфері, взаємодіють із соціальними службами, забезпечують надання адміністративних послуг та координують роботу соціальних установ на місцях. Крім того, важливою функцією є надання соціальної допомоги громадянам у складних життєвих ситуаціях, таких як інвалідність, втрата працездатності та підтримка багатодітних сімей. Місцева влада також відповідає за інформування громадян про доступні соціальні програми, залучення їх до процесу прийняття рішень і забезпечення прозорості використання бюджетних коштів на соціальні потреби. Роль місцевої влади є ключовою для стабільного розвитку громади, соціальної інтеграції та підтримки миру в регіоні.

Міське самоврядування – це ключовий механізм у реалізації соціальних програм. Його основна функція – відповідати за те, щоб допомога справді доходила до людей, а не залишилася лише у звітах. Для покращення участі місцевого самоврядування в реалізації соціальних програм потрібно: забезпечити ефективне використання бюджетних коштів, спростити процедури отримання соціальної допомоги, залучити громаду до контролю за реалізацією програми. Якщо місцева влада працюватиме злагоджено, соціальні програми дозволяють справді покращити життя людей, а не бути просто хорошими ініціативами без реального результату.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про державні цільові програми» (від 18.03.2004 р. № 1621) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1621-15#Text> (Дата звернення 15.02.2025)
2. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 6 жовтня 1998 р. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/28097-vr-57> (Дата звернення 15.02.2025)
3. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 08.05.2003 р. № 114. Про затвердження Тимчасових методичних рекомендацій щодо розроблення державних цільових програм. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0114569-03#Text> (Дата звернення 15.02.2025)
4. Наказ Міністерства економіки України від 04.12.2006 р. № 367. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо порядку розроблення регіональних цільових програм, моніторингу та звітності про їх виконання. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0367665-06#Text> (Дата звернення 15.02.2025)
5. Постанову Кабінету Міністрів України від 31 січня 2007 р. № 106. Про затвердження Порядку розроблення та виконання державних цільових програм URL <https://ips.ligazakon.net/document/KP070106?an=474> (Дата звернення 15.02.2025)

**Михайлик Ольга**

студентка III курсу спеціальності «Соціальна робота»,  
Навчально-науковий інститут педагогіки і психології  
Сумський державний педагогічний університет імені  
А. С. Макаренка, Україна

## РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ ЦНАПУ В СИСТЕМІ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ СІМ'ЯМ З ДІТЬМИ

Сучасне суспільство вимагає від держави ефективної та доступної системи соціального захисту, особливо для вразливих категорій населення, таких як сім'ї з дітьми. В Україні вагому роль у цьому процесі відіграють Центри надання адміністративних послуг (ЦНАП), діяльність яких спрямована на спрощення та оптимізацію отримання різноманітних послуг, в тому числі й соціальних. Завдяки ЦНАПу, система надання соціальних послуг стає більш орієнтованою на потреби громадян та сприяє покращенню якості життя сімей з дітьми.

Ключова перевага ЦНАПу полягає в організації роботи за принципом «єдиного вікна». Раніше для отримання різних видів соціальної допомоги батькам доводилося

відвідувати численні установи, витрачаючи час та зусилля на збір документів та стояння в чергах. Сьогодні ж, завдяки ЦНАПу, більшість необхідних процедур можна здійснити в одному місці, що значно економить час та зменшує бюрократичне навантаження. ЦНАПи не лише приймають документи, але й надають кваліфіковані консультації. Працівники центрів інформують громадян про їхні права, доступні види соціальної допомоги, необхідні документи та порядок отримання послуг. Така інформаційна підтримка допомагає батькам зорієнтуватися в складному законодавстві та отримати повний обсяг належної їм допомоги. Це сприяє підвищенню правової обізнаності громадян та запобігає випадкам ненадання або несвоєчасного надання соціальних послуг [3].

Важливою функцією ЦНАПу є координація між різними органами та установами, що задіяні у наданні соціальних послуг. Це забезпечує злагоджену роботу всієї системи та уникнення дублювання функцій. Завдяки цьому процес отримання допомоги стає більш швидким та ефективним, що позитивно впливає на якість життя сімей з дітьми [1].

Орієнтованість на потреби громадян проявляється також у створенні комфортних умов у ЦНАПах. Центри облаштовані зручними місцями для очікування, дитячими куточками та забезпечують доступність для осіб з інвалідністю. Це створює дружню та інклюзивну атмосферу, де кожен відвідувач відчуває себе комфортно та отримує належну увагу. Результатом діяльності ЦНАПів є підвищення рівня довіри громадян до органів влади. Прозора та ефективна робота центрів сприяє подоланню стереотипів про бюрократію та корупцію. Громадяни бачать, що держава дбає про їхні потреби та прагне створити максимально зручні умови для отримання необхідних послуг.

Звичайно, існують певні виклики та шляхи для подальшого вдосконалення діяльності ЦНАПів. Необхідно постійно підвищувати кваліфікацію працівників, розширювати перелік послуг, що надаються, та впроваджувати сучасні інформаційні технології. Проте, вже зараз можна стверджувати, що ЦНАПи відіграють ключову роль у покращенні системи надання соціальних послуг сім'ям з дітьми, забезпечуючи більш доступний, зручний та орієнтований на потреби громадян сервіс. Завдяки цьому покращується якість життя сімей з дітьми та зміцнюється соціальна стабільність суспільства [4].

Отже, роль та функції Центрів надання адміністративних послуг у системі надання соціальних послуг сім'ям з дітьми є ключовими для забезпечення доступності, зручності та ефективності отримання необхідної підтримки. ЦНАПи виступають як своєрідні «єдині вікна», де громадяни можуть отримати широкий спектр адміністративних та соціальних послуг, зокрема й для сімей з дітьми.

Аналіз нормативно правової бази у сфері соціального захисту дав можливість виокремити основні функції ЦНАПу в контексті надання соціальних послуг сім'ям з дітьми:

1. Прийом документів та заяв. ЦНАПи приймають заяви та необхідні документи для призначення різних видів соціальної допомоги сім'ям з дітьми, таких як допомога при народженні дитини, допомога самотнім матерям, допомога на дітей, над якими встановлено опіку чи піклування, допомога багатодітним сім'ям та інші.

2. Консультування та інформування. Працівники ЦНАПів надають консультації з питань соціального захисту сімей з дітьми, інформують про доступні види допомоги, необхідні документи та процедури отримання послуг. Вони допомагають зорієнтуватися в законодавстві та зрозуміти свої права.

3. Передача документів до відповідних органів. ЦНАПи виконують функцію посередника між громадянами та органами соціального захисту. Вони передають прийняті документи до управлінь соціального захисту населення для подальшого розгляду та прийняття рішення.

4. Видача результатів розгляду справ. Після розгляду документів органами соціального захисту, ЦНАПи повідомляють заявників про результати та, за необхідності, видають відповідні документи (наприклад, рішення про призначення допомоги).

5. Створення зручних умов для отримання послуг. ЦНАПи забезпечують комфортні умови для відвідувачів, зокрема облаштовані місця для очікування, дитячі куточки, забезпечують доступність для осіб з інвалідністю. Вони також прагнуть мінімізувати час очікування та спростити процедури.

6. Координація з іншими органами. ЦНАПи співпрацюють з іншими органами та установами, що надають соціальні послуги сім'ям з дітьми, для забезпечення комплексного підходу до вирішення проблем [1; 2].

Роль Центрів надання адміністративних послуг у покращенні системи надання соціальних послуг сім'ям з дітьми є надзвичайно важливою. Вони виступають своєрідним «містком» між громадянами та органами соціального захисту, забезпечуючи зручний, прозорий та ефективний доступ до необхідних видів підтримки.

Отже, Центри надання соціальних послуг є важливим елементом у системі підтримки сімей з дітьми, забезпечуючи доступ до комплексних послуг, спрямованих на покращення їхнього соціального, економічного та психологічного благополуччя. Діяльність таких центрів сприяє зменшенню соціальної виключеності, підвищенню якості життя та запобіганню кризових ситуацій у сім'ях. На сьогодні ЦНАПи є ключовим інструментом у реалізації державної соціальної політики, спрямованої на підтримку сімей з дітьми.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Примірною положення про центр надання адміністративних послуг: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 лютого 2013 року №118. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/118-2013-%D0%BF#Text> (дата звернення: 03.02.2025).
2. Про затвердження Примірною регламенту центру надання адміністративних послуг: Постанова Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 року № 588. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/588-2013-%D0%BF#Text> (дата звернення: 02.02.2025).
3. Рекомендаційний перелік адміністративних послуг, які надаються в центрі надання адміністративних послуг (міської, селищної, сільської) ради: програма «U-LEAD з Європою». 2021. URL: <https://tsnap.ulead.org.ua/wp-content/uploads/2021/03/Rekomendatsijnj-Perelik-poslug-ta-Reyestr.pdf> (дата звернення: 02.02.2025).
4. Як створити належний ЦНАП: досвід програми «U-LEAD з Європою». 2021. URL: [https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/714/Well-functioning-ASC\\_2021.pdf](https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/714/Well-functioning-ASC_2021.pdf). (дата звернення: 03.02.2025).

**Овсянников Денис**

студент V курсу факультету  
управління персоналом, соціології та психології  
*Київський національний економічний  
університет ім. В. Гетьмана, Україна*

## СОЦІАЛЬНА АНТРОПОЛОГІЯ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ПИТАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РАСОВОЇ ТА ЕТНІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ

Соціальна антропологія – це наука, яка прагне зрозуміти, чому люди поведуться так, як вони поведуться, та як наші соціальні структури формуються під впливом еволюційних, біологічних і культурних чинників. З цієї перспективи можна сказати, що ми є результатом унікального симбіозу генетики, середовища та соціального досвіду. Однак цей симбіоз ускладнюється сучасними викликами, зокрема глобалізацією, культурним змішуванням і швидкими змінами соціальних цінностей і норм.

Рене Генон писав, що істина не є продуктом людського розуму, вона існує незалежно від нас і водночас належить усім нам, і нам треба лише пізнати її (Генон, 1927). Сьогодні можна простежити штучну кризу природних (аскриптивних) ідентичностей, таких як статевої, етнічної, расової. Ця криза бере свій початок у ідеологіях, творці яких вважають,

що можуть підмінити цю істину. Врешті-решт, це призводить до дезорганізації суспільного життя та ерозії суспільних інститутів. Ідея рас як соціального конструкту ґрунтується на тому, що поняття раси не має чіткого біологічного обґрунтування. Науковий консенсус полягає в тому, що біологічні відмінності між людьми є беззаперечними, а поділ на раси є результатом історичних, політичних та культурних процесів. Применшення, чи навіть заперечення, поняття раси до соціального конструкту разом з тим применшує тисячолітню історію розвитку соціальних груп людей різного рівня та їх досягнень у вигляді цивілізацій, етносів, національних культур і держав, суспільного устрою й ієрархії. Натомість не пропонується нічого, окрім найпростіших господарчих відносин, проте і вони приречені на деградацію без складних суспільних організацій. Більше того, раси не повністю досліджені, але вже створені різноманітні перешкоди з ідеологічних мотивів. Науковці, які досліджують расові питання, ризикують стати мішенню критики, якщо їхні висновки не відповідають домінуючим ідеологічним наративам.

Культура існує через передачу знань, звичаїв та традицій від покоління до покоління. Без цього процесу середовище втрачає свою автентичність. Люди повинні усвідомлювати важливість своєї ролі у збереженні традиційного середовища, що потребує освітніх і культурних ініціатив. Культура є одним із найпотужніших інструментів, які сформували людство. Вона дозволяє нам адаптуватися до середовища швидше, ніж це могла б зробити еволюція. Проте культура також може посилювати розмежування між групами, підкреслюючи символічні відмінності. Наприклад, звичаї, мова або релігія можуть перетворюватися на маркери групової належності, які не тільки об'єднують, але й розділяють людей. Це створює складну динаміку: з одного боку, ми потребуємо належності до спільноти, а з іншого – легко піддаємося впливу ідеологій, що акцентують на «інакшості» інших. Це у свою чергу підкреслює необхідність у розвитку міждисциплінарного підходу, інтеграцію знань з біології, історії, соціології та культурології для глибшого розуміння проблеми. Недивно, що завдяки дослідженням у галузі соціальної психології було запропоновано Гюставом Ле Боном тезу про існування особливої душі раси – основи будь-якої великої цивілізації та могутньої сили, що єдина задає головний вектор розвитку кожного народу (Ле Бон, 1895).

У сучасну епоху глобалізація та змішування культур підривають унікальність расових та етнічних груп. Це може призвести до втрати не тільки культурної, а й психологічної цілісності народів. Народи відрізняються не лише фізичними, але й психологічними характеристиками, які впливають на їхню здатність до організації, створення культурних цінностей і політичної стабільності. Ці відмінності мають бути вивчені без упереджень. З точки зору нейробіології, расова ідентичність – це не просто

результат фізичних характеристик чи культурних традицій. Вона глибоко вкорінена в нашому соціальному мозку. Люди мають вроджену схильність розділяти світ на «ми» і «вони». Це явище, відоме як «in-group bias», виникає через нашу еволюційну історію, де належність до групи була ключовою для виживання (Саарінен, 2021).

Важливим аспектом сучасної соціальної антропології є питання самоідентифікації. Етнічні групи мають спільні генетичні риси, що передаються з покоління в покоління. Генетичні дослідження підтверджують наявність певної спорідненості між членами одного етносу, яка може корелювати з расовими характеристиками. Наприклад, дослідження популяційної генетики вказують, що етноси можуть бути субгрупами в межах ширших расових категорій. Отже, можна стверджувати, що раса є біологічною основою етносу, оскільки етнічні групи формуються з расово близьких спільнот, які мають спільну генетику, фізіологічні особливості та історію адаптації. Водночас етнос є наступним рівнем ідентифікації, що включає в себе культурні, мовні та соціальні аспекти. Раса забезпечує спадковий фізіологічний фундамент етносу, тоді як етнос розвиває на цій основі унікальні соціокультурні риси.

Народ, що забуває свої традиції, мову і культуру, приречений стати об'єктом маніпуляцій. Самоусвідомлення себе як частини історичного процесу – це ключ до збереження національної та расової ідентичності. У глобалізованому світі ми стаємо свідками того, як традиційні народи та раси втрачають свої унікальні риси. Це явище є наслідком надмірної урбанізації, мультикультуралізму та впливу космополітичних ідеологій, які намагаються нівелювати етнічну індивідуальність.

Юрій Липа наголосив би, що справжній розвиток людства можливий лише через збереження розмаїття народів. Космополітизм, що намагається звести всі культури до єдиного стандарту, є руйнівним для світової гармонії. Засади, взяті від чужинців і не пристосовані до української психології й традиції, стають смертельним тягарем для народу. У цьому сенсі боротьба за ідентичність є боротьбою за виживання духовного світу людини (Липа, 1936).

Соціальна антропологія – це ще молода наука і у світі, і в Україні. Тому вона потребує продовження здобутків науковців Федора Вовка, Вадима Щербаківського, мислителя Юрія Липи. Соціальна антропологія відіграє важливу роль у вивченні взаємозв'язку між расовою ідентичністю, культурними традиціями та глобальними трансформаціями. Сучасні дослідження демонструють, що хоча раса часто розглядається як соціальний конструкт, вона залишається важливим чинником у формуванні історичних і суспільних процесів. Глобалізація, мультикультуралізм та урбанізація спричиняють розмиття традиційних етнічних ідентичностей, що може призвести до втрати унікальності

народів, але водночас стимулює відродження національних ідентичностей через культурні ініціативи (Робертсон, 2014). У цьому контексті соціальна антропологія повинна інтегрувати знання з біології, історії, соціології та нейронауки, щоби глибше зрозуміти механізми соціальної ідентифікації та динаміку міжгрупових відносин. У світі, де традиційні ідентичності стикаються з викликами сучасності, саме усвідомлення та збереження етнокультурних особливостей може стати ключем до гармонійного розвитку суспільств і підтримання стабільного соціального порядку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Генон Р. Криза сучасного світу / ред. Ю. Завгородній ; пер. з фр. І. Калюга. Харків : Пломінь, 2020. 212 с.
2. Липа Ю. І. Призначення України. Львів, 1992. 271 с.
3. Липа Ю. І. Українська раса. Варшава : Нар. Стяг, 1937. 25 с.
4. Bon G. L. Psychologie des foules. Paris : Presses universitaires de France, 1971. 132 с.
5. Neural basis of in-group bias and prejudices: a systematic meta-analysis / A. Saarinen та ін. *Neuroscience & biobehavioral reviews*. 2021. Т. 131. С. 1214–1227.  
URL: <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2021.10.027> (дата звернення: 16.01.2025).
6. Robertson R. Globalization: social theory and global culture. SAGE Publications, Limited, 2014.

**Попов Андрій**

аспірант кафедри маркетингу  
*Міжрегіональна Академія управління персоналом, Україна*

## СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ ТОВАРІВ НЕЕЛАСТИЧНОГО ПОПИТУ

Цифровізація бізнесу радикально змінила способи взаємодії з клієнтами та вплинула на традиційні маркетингові підходи. Вона дозволяє маркетологам збирати та аналізувати дані про споживачів, створювати індивідуальні пропозиції, адаптовані до потреб кожного клієнта, та надсилати персоналізовані рекламні повідомлення.

Про персоналізацію в маркетингу згадує Ф. Котлер, який наголошував на важливості адаптації маркетингових стратегій до індивідуальних потреб клієнтів. Персоналізація може покращити відносини між брендом і споживачем, створюючи довготривалі емоційні зв'язки. Сучасні компанії повинні збирати та аналізувати дані про споживачів, аби зробити

їхній досвід взаємодії з брендом якомога більш індивідуалізованим та релевантним (Котлер, 2021, с. 29). Одним із основних посилів Ф. Котлера та Г. Армстронга в «Основах маркетингу» є те, що персоналізація допомагає підвищити ефективність маркетингових зусиль і збільшити лояльність клієнтів, оскільки споживачі прагнуть більш персоналізованих рішень, які відображають їхні індивідуальні потреби (Котлер, Армстронг, 2022, с. 128). Персоналізація починається зі збору інформації про клієнтів, такої як демографічні характеристики, історія покупок, поведінка на сайті, взаємодія з контентом, активність у соціальних мережах. Ці дані аналізуються за допомогою CRM-систем та інструментів штучного інтелекту, що дозволяє розуміти уподобання клієнтів і створювати для них індивідуальні пропозиції.

Підвищення ефективності продажів досягається через аналіз клієнтських даних і створення відповідних пропозицій. Для побудови персоналізованого клієнтського досвіду ключове значення має аналіз поведінкових даних. Чим більше інформації бренд збирає, тим точніше він може адаптувати свої пропозиції до інтересів клієнтів. На основі аналізу поведінкових даних можна пропонувати клієнтам продукти чи послуги, які відповідають їхнім інтересам. Наприклад, Amazon або Netflix використовують алгоритми, що пропонують товари чи фільми, ґрунтуючись на попередніх покупках або переглядах користувача.

Сегментація аудиторії та створення спеціальних пропозицій для конкретних груп або індивідуальних клієнтів є важливим елементом персоналізації. Це може включати спеціальні знижки, бонуси, розсилки електронної пошти з іменем клієнта та рекомендаціями, які підходять саме йому. Сайти та платформи можуть адаптувати свій контент у режимі реального часу, залежно від того, хто відвідує сторінку. Наприклад, банери, акції або навіть зовнішній вигляд вебсайту можуть змінюватися в залежності від географічного розташування, часу доби чи попередньої поведінки користувача на сайті.

Персоналізована реклама є однією з найефективніших стратегій. Таргетинг дозволяє показувати оголошення людям, які, ймовірно, зацікавлені у продукті, на основі їхніх пошукових запитів або взаємодії з брендом. Ретаргетинг, у свою чергу, спрямований на повернення тих користувачів, які вже відвідували сайт або переглядали продукт.

Автоматизовані маркетингові інструменти дозволяють створювати сценарії персоналізованої взаємодії з клієнтами, включаючи email-розсилки, push-повідомлення чи повідомлення в месенджерах. Кожен клієнт отримує повідомлення у відповідний момент, що підвищує ймовірність позитивного результату, наприклад, покупки або повернення на сайт.

Клієнти все більше очікують на персоналізований підхід. Вони хочуть відчувати, що бренд розуміє їхні потреби і пропонує саме те, що їм потрібно. Це підвищує їхню довіру до компанії і сприяє довгостроковим відносинам (*Персоналізація в маркетингу: кращі практики*).

Персоналізація в маркетингу товарів нееластичного попиту може здатися складною через те, що попит на такі товари залишається стабільним, незалежно від змін у цінах чи доходах споживачів. Однак вона все одно може бути ефективним інструментом для збільшення лояльності клієнтів, диференціації від конкурентів і підвищення загальної ефективності маркетингових кампаній. Навіть для базових продуктів харчування, ліків, комунальних послуг можна використовувати дані про поведінку клієнтів для формування персоналізованих пропозицій. Наприклад, якщо клієнт регулярно купує один і той самий товар, можна пропонувати йому знижки або повідомлення про нові варіанти продуктів тієї ж категорії.

Для товарів щоденного або регулярного попиту (як-от засоби особистої гігієни або продукти харчування) можна використовувати програми лояльності, які нагороджують покупців за часті покупки. Наприклад, надаючи знижки або спеціальні пропозиції для тих, хто регулярно купує конкретні товари. Важливо враховувати, на якому етапі життєвого циклу знаходиться клієнт. При його переході на новий етап життя (сім'я, діти тощо), можна пропонувати персоналізовані товари чи послуги, які будуть актуальні для цього етапу. Навіть для нееластичних товарів можна змінювати підхід до клієнта залежно від його потреб. Персоналізація використовує географічне положення клієнта, пропонуючи продукти, актуальні для певного регіону. Наприклад, в різних регіонах може бути різний попит на конкретні продукти в залежності від погодних умов або локальних звичок.

Використовуючи дані про те, який канал комунікації обирає клієнт (електронна пошта, SMS, соціальні мережі тощо), можна покращити взаємодію з ним. Наприклад, нагадувати про можливість повторної покупки товару, який закінчується, або надсилати нагадування про необхідність поповнити запаси.

Персоналізація може включати надання ексклюзивних пропозицій для найлояльніших клієнтів. Наприклад, індивідуальні знижки або спеціальні пропозиції для постійних покупців на основі їх минулих покупок. Сучасний підхід до маркетингу вирішальне значення надає емоційному залученню клієнтів, коли важлива не лише інформація про продукт, а й емоційний зв'язок зі споживачем. Персоналізація в маркетингу товарів нееластичного попиту дозволяє краще зрозуміти потреби клієнтів і зробити взаємодію з брендом більш індивідуальною, що може призвести до підвищення лояльності та задоволення клієнтів навіть у випадку товарів, попит на які є стабільним.

Сучасні наукові дослідження в маркетингу продовольчих товарів в Україні акцентують увагу на важливості адаптації до змін ринку та поведінки споживачів. Наприклад, дослідження ринку молочних продуктів показують, що виробники активно застосовують маркетингові стратегії, орієнтовані на сегментацію споживачів і розвиток брендів. Особливий акцент робиться на інноваційних підходах у маркетингу, таких як таргетована реклама та персоналізовані пропозиції, що сприяють підвищенню лояльності споживачів.

Персоналізація в маркетингу продовольчих товарів є особливо важливою, оскільки споживачі очікують індивідуальних пропозицій, які відповідають їхнім смаковим вподобанням, стилю життя та потребам. Персоналізація дозволяє не лише покращити клієнтський досвід, але й підвищити лояльність до бренду.

У сучасних умовах бізнесу персоналізація є важливою складовою успішної маркетингової стратегії. Вона дозволяє виділятися серед конкурентів, поліпшує якість взаємодії з клієнтами та сприяє побудові довготривалих відносин з ними.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ф. Котлер. Маркетинг від А до Я. – К.: Альпіна, 2021. – С. 29.
2. Ф. Котлер, Г. Армстронг. Основи маркетингу. – К.: Науковий світ, 2022. - С. 128.
3. Персоналізація в маркетингу: кращі практики/  
<https://www.ranktracker.com/uk/blog/personalization-in-marketing-best-practices/>

**Ривак Лілія**

студентка III курсу спеціальності «Соціальне забезпечення»,  
філологічний факультет  
*Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича, Україна*

## СОЦІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ: СПІЛЬНЕ ТА ВІДМІННЕ

Соціальне забезпечення є невід’ємною складовою життя держави і суспільства. Їх розвиток безпосередньо залежить від економічної ситуації й тісно пов’язаний із політичною стабільністю та рівнем соціального благополуччя населення. Від того, наскільки ефективно функціонує система соціальної підтримки громадян, залежить стабільність держави, її сталий розвиток та безпека.

Соціальне забезпечення та соціальний захист є важливими складовими соціальної політики, що спрямовані на підтримку громадян у випадку життєвих труднощів. Ці поняття тісно взаємопов'язані між собою. Як стверджує Х. Агавердієва, «під «соціальним забезпеченням» слід розуміти грошові кошти, інше майно і соціальні послуги, що надаються певним категоріям громадян за рахунок коштів бюджетів усіх рівнів у разі настання подій, визнаних законом соціально значущими з метою вирівнювання соціального стану громадян» (Агавердієва, 2018, с. 127–129). На думку видатного дослідника соціальної політики П. Спікера, «поняття «соціального захисту» є ширшим щодо поняття «соціального забезпечення», оскільки містить елементи, що не входять до поняття «соціального забезпечення». Звідси, поняття «соціального захисту» і «соціального забезпечення» не тотожні, оскільки соціальне забезпечення є складовою частиною соцзахисту» (Спікер, 2000, с. 281).

Як зазначають українські дослідники, «соціальне забезпечення (*social security*) — це система інституційних матеріальних і нематеріальних благ, які спрямовані на забезпечення та задоволення основних потреб усіх членів конкретної громади. Держава зобов'язується виконувати роль координатора і «наповнити» змістовними елементами такі правові заходи, як соціальне страхування, соціальне забезпечення та соціальну допомогу» (Шестакова, Яремчук, Гнатчук, 2022, с. 125–137).

У працях Н. Флорескул зазначається, що «соціальний захист – це більш конкретне поняття, яке зводиться до практичної роботи всіх гілок влади щодо реалізації прав і свобод громадян, тобто, соціальної роботи. У літературі розрізняють два види соціального захисту. Абсолютний соціальний захист – це забезпечення всім членам суспільства гарантованого мінімуму рівня життя, це вкрай необхідний рівень життєвих благ, достатній для підтримання здоров'я і працездатності громадян, що не повинно розглядатися як привілей для обраних. У той же час обмежений соціальний захист – це забезпечення державою соціальних гарантій відносного благополуччя конкретній особі або категорії громадян. Його мета – застрахувати громадян від можливого зменшення рівня доходів і зниження життєвого рівня. Фактично це винагорода за працю» (Флорескул, 2009, с. 34–45).

Хоча соціальне забезпечення та соціальний захист мають різні механізми реалізації, їх спільною метою є забезпечення добробуту громадян і створення умов для соціальної стабільності. На основі аналізу публікацій українських вчених О. Грішнєвої, І. Жиглей, у роботах дослідників Інституту демографії НАНУ, а також їх зарубіжних колег, можна зробити висновок, що рівень реалізації соціальної відповідальності держави залежить від моделі соціальної держави, прийнятої в країні (Грішнєва, 2011, с. 7–12; Жиглей, 2008, с. 71–79; Людський розвиток, 2017, с. 368; Esping-Andersen, 1990).

Основні проблеми соціального захисту в Україні – низький рівень фінансування, недостатня адресність соціальних виплат та необхідність реформування соціального страхування. Для покращення цієї сфери необхідне впровадження сучасних технологій, оптимізація механізмів підтримки та активна співпраця між державою, бізнесом і громадськими організаціями. Перспективи розвитку соціального захисту полягають у впровадженні цифрових технологій, покращенні механізмів соціальної підтримки та зміцненні співпраці між державними, приватними й громадськими структурами.

Підсумовуючи, можна запропонувати такі висновки.

*По-перше*, соціальне забезпечення та соціальний захист є взаємопов'язаними категоріями, розвиток яких є необхідним для підвищення рівня життя громадян та забезпечення соціальної стабільності. *По-друге*, соціальний захист трактуємо ширше, соціальне забезпечення – його частина, що виконує функцію надання конкретних матеріальних і фінансових ресурсів громадянам. Проте трактування взаємозв'язку соціального захисту та соціального забезпечення може різнитися залежно від наукового підходу, правових традицій та соціально-економічного контексту країни. *По-третє*, ефективність системи соціального захисту залежить від моделі соціальної держави, прийнятої в країні, а також від її економічних можливостей. Ліберальні, корпоративні та соціал-демократичні моделі по-різному балансують державне втручання та приватну ініціативу в соціальній сфері, що впливає на доступність та рівень соціальних гарантій.

Таким чином, усвідомлення різних трактувань соціального захисту та соціального забезпечення дає змогу глибше аналізувати державну політику, шукати ефективні шляхи її вдосконалення та сприяти формуванню справедливих підходів, що підвищують рівень добробуту, зменшують нерівність і зміцнюють стабільність суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агавердієва Х. Ф. *Форми соціального забезпечення та соціального захисту населення. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика*. Харків: Вид-во «НТМТ», 2018. С. 127-129.
2. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність – шлях до європейської соціальної держави в Україні. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика: зб. наук. праць*. 2011. № 2. С. 7–12.
3. Жиглей І. В. Моделі соціальних держав та соціальний захист: екскурс в минуле та майбутнє. *Вісник ЖДТУ*. 2008. № 4 (46). С. 71–79.

4. *Людський розвиток в Україні: інституційне підґрунтя соціальної відповідальності: кол. моногр. / за ред. Е. М. Лібанової; відпов. за випуск О. В. Макарова, О. М. Хмелевська; Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України. К., 2017. 368 с.*
5. Спікер П. *Соціальна політика: теми та підходи*. К.: Фенікс, 2000. 400 с.
6. Флорескул Н. С. Система соціального захисту населення як чинник формування соціальної держави. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2009. № 2. С. 34–45.
7. Шестакова К. Ю., Яремчук С. С., Гнатчук О. С. Координація систем соціального забезпечення у сфері соціального страхування в Європейському Союзі: інституційно-правові засади. *Університетські наукові записки*. 2022. № 3 (87). С. 125–137. URL: <https://doi.org/10.37491/UNZ.87.10>.
8. Esping-Andersen G. *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. Princeton: Princeton University Press, 1990. 244 p. URL: <https://lanekenworthy.files.wordpress.com/2017/03/reading-espingandersen1990pp9to78.pdf>

**Сагайдак Карина**

студентка III курсу спеціальності «Соціальне забезпечення»,  
Навчально-науковий інститут педагогіки і психології  
Сумський державний педагогічний університет  
імені А. С. Макаренка, Україна

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ ЗА УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ**

Основною причиною вимушеної міграції внутрішньо переміщених осіб є обставини об'єктивного характеру, що спричинені повномасштабним вторгненням російської федерації в Україну. Важливим аспектом підтримки внутрішньо переміщених осіб є надання соціального забезпечення та захист їх прав і інтересів. Ці заходи мають забезпечити не тільки базові потреби, але й сприяти інтеграції переміщених осіб у нові громади, допомагаючи їм адаптуватися до нових умов життя.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», «внутрішньо переміщеною особою є громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного

конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру» [3].

Стаття 2 Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» передбачає, що Україна зобов'язана вживати всіх можливих заходів, передбачених Конституцією та законами України, міжнародними договорами, згоду на обов'язковість яких надано Верховною Радою України щодо запобігання виникненню передумов вимушеного внутрішнього переміщення осіб, захисту та дотримання прав і свобод внутрішньо переміщених осіб, створення умов для добровільного повернення таких осіб до покинутого місця проживання або інтеграції за новим місцем проживання в Україні [3].

Для внутрішньо переміщених осіб доволі важливим є соціальне забезпечення через причини повномасштабного вторгнення російської федерації на територію України. Уряд ухвалив розроблене Міністерством соціальної політики України рішення, котре забезпечує можливість поширити додаткові виплати від міжнародних організацій на мешканців територій, котрі тимчасово окуповані, деокуповані чи перебувають у зоні активних бойових дій. Проєкт реалізовано Міністерством соціальної політики України за підтримки Міністерства цифрової трансформації України та Програми розвитку ООН в Україні, відповідно до завдань меморандумів Міністерства соціальної політики України з Місією Міжнародного Комітету Червоного Хреста в Україні та Товариством Червоного Хреста України, ЮНІСЕФ, Всесвітньої продовольчої програми ООН та Управління Верховного комісара ООН у справах біженців. Створено Платформу «ЄДопомога», яка допомагає кожній особі, яка постраждала від російської агресії [2]. Основними напрямками стали: грошова допомога від держави, кредити від міжнародних фінансових установ, надання певної волонтерської допомоги, а також виплати від міжнародних організацій.

З травня 2022 року, згідно з Постановою Кабінету Міністрів України № 457 від 16 квітня 2022 року «Про підтримку окремих категорій населення, яке постраждало у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України», отримувати щомісячно матеріально-фінансове забезпечення від держави мають право такі категорії осіб: громадяни, які перемістилися з територій, де ведуться бойові дії, або тих, які перебувають у тимчасовій окупації чи в оточенні (блокуванні); громадяни, чиє житло зруйноване або непридатне для проживання внаслідок пошкодження, і які подали заявку на відшкодування, зокрема через Єдиний державний вебпортал електронних послуг [4].

Відповідно до статті 15 Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», фінансове забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб за рахунок бюджетних коштів здійснюється відповідно до бюджетного законодавства. Заходи щодо забезпечення прийому, проїзду, розміщення та облаштування вимушених

переселенців є видатковими зобов'язаннями України та органів місцевого самоврядування відповідно до їх компетенції щодо забезпечення соціальних прав і гарантій громадян України. Для розвитку та поліпшення матеріально-технічної бази, спрямованої на забезпечення захисту прав і свобод внутрішньо переміщених осіб, можуть залучатися кошти підприємств, установ та організацій незалежно від форми власності і господарювання, іноземних держав та міжнародних організацій у вигляді благодійної, гуманітарної, матеріальної та технічної допомоги, а також добровільні пожертвування фізичних і юридичних осіб, благодійних організацій та громадських об'єднань, інші не заборонені законодавством джерела [3].

Варто зазначити, що для отримання певної компенсації власникам пошкодженого або знищеного житла (приватних, дачних, садових, житлових будинків, квартир, інших житлових приміщень) передбачено відшкодування завданих збитків. Водночас Постановою Кабінету Міністрів України від 20.03.2022 р. № 332 «Деякі питання виплати допомоги на проживання внутрішньо переміщеним особам» затверджено Порядок надання допомоги на проживання внутрішньо переміщеним особам, у тому числі на оплату житлово-комунальних послуг [1].

Здійснюється також компенсація підприємцям за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб. Працедавці, котрі під час війни влаштували на роботу внутрішньо переміщених осіб, можуть отримати компенсацію за кожного такого співробітника. Подати заяву на отримання компенсації можуть роботодавці, які працевлаштували внутрішньо переміщених осіб після 24 лютого 2022 року [2].

Отже, нормативно-правове забезпечення соціального захисту внутрішньо переміщених осіб за умов воєнного стану відіграє критично важливу роль у гарантуванні їхніх прав і забезпеченні основних потреб. Воно включає комплекс законодавчих та підзаконних актів, які регулюють питання реєстрації внутрішньо переміщених осіб, надання матеріальної допомоги, доступу до житла, медицини та освіти. Особливу увагу приділяють адаптації цих норм до реалій воєнного стану, що забезпечує гнучкість і оперативність їх впровадження. Ефективне нормативно-правове регулювання є запорукою того, що внутрішньо переміщені особи можуть відчувати себе захищеними, навіть у найважчі часи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Деякі питання виплати допомоги на проживання внутрішньо переміщеним особам: Постанова Кабінету Міністрів України від 20.03.2022 р. № 332. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 30. 01.2025).
2. Платформа «ЄДопомога»: Міністерство соціальної політики України. 2022 р. URL: <https://edopomoga.gov.ua/> (дата звернення: 29.01.2024).
3. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб: Закон України від 20 жовтня 2014 р. № 1706-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1706-18#Text> (дата звернення: 30.01.2025).
4. Про підтримку окремих категорій населення, яке постраждало у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України: Постанова Кабінет Міністрів України від 16.04.2022 р. № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/457-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 30.01.2025).

**Vadym Sakhno**

Ph.D. student  
Department of Sociology  
*V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine*

### **TO PROSPECTS OF PRECARITY AS A SOCIOLOGICAL CONCEPT: BETWEEN EXISTENTIALISM AND CLASS-ANALYSIS**

Key words: precarity, precariousness, precariat, insecurity, class, existentialism

In a work that has brought him fame far beyond academia, Guy Standing addresses the issues of precariousness and the precariat as a new actor in the contemporary political field. He describes the socio-economic conditions of its formation, as well as the contradictory position occupied by the precariat as a new social class: the contradiction between "...the precariat as a victim, punished and demonized by mainstream social institutions and politicians, and the precariat as a hero, rejecting these institutions in a concerted act of intellectual and emotional defiance" [Standing, 2016, p. 11]. The essential characteristics of such a situation are unreliability, instability, which in the social sciences of the Francophone space since the 1970s has been denoted by the word *précarité*, and in English-speaking countries by two words – precarity and precariousness. In sociological studies, precariousness is usually associated with issues of work, employment, class and socio-economic transformation. Some researchers of precariousness define it as the objective social, economic or legal (if considered in a narrow sense) conditions of

employment and labor relations. For example, precariousness can be considered as a situation of contingent employment. Contingent employment, in turn, is understood as the instability, variability and flexibility of the labor relationship between the employee and the employer or, more generally, between wage labor and capital [Choonara, 2019]. Such a situation arises in connection with labor contracts of limited duration or when there is no such contract at all, that is, in the case of informal employment or contract work. Accordingly, the government can encourage and create the conditions for the spread of such strategies to fight unemployment. On the other hand, such simplification of labor relations, understood as an expansion of freedom of an individual action, threatens to remove any obligations from the employer, which in the conditions of the self-elimination of the state and the crisis of trade unions only reproduces and intensifies the contradictions inherent in the problem of unemployment and social insecurity [for example, see Springveld, 2007, Choonara, Murgia, Carmo, Barbier 2022, Choonara 2019, Tschöll, 2020]. In a theoretical sense, such an interpretation is devoid of the subjective aspect expressed by the concepts of insecurity, vulnerability or uncertainty, which justifies its separateness and independence as a concept, although in practice precariousness may intersect with uncertainty in the specific biographical situation of an individual.

At a completely different end of the Humanities, Judith Butler also works with the concept of precarity, but they understand it from the standpoint of existential politics [Butler, 2004, Butler, 2009]. Precarity according to Butler is, on the one hand, the basic position of the subject in the face of death and the finitude of life, but at the same time the recognition and distribution of precariousness is a moral and political issue. Precariousness presupposes the sociality of life, that is, the fact that our life is in some sense always in the hands of the Other. It presupposes vulnerability to those we know, barely know, and whom we do not know at all. It also means our responsibility for the vulnerability and dependence on us of Others, most of whom remain unknown to us.

The problem of precariousness, at first glance, is relatively new to sociology, but was actualized in humanitarian field by Pierre Bourdieu. It is all the more surprising that sociology is not at all the “native” field for the study of precarity today, despite its sociological “genealogy”. According to Bourdieu, insecurity and precariousness on all levels of professional qualification and in all fields of production (both material and cultural) leads to the feeling among employed workers that their position is not irreversible and stable, and that the opportunities it provides (such as employment) are a privilege that can also be withdrawn or lost at any moment. [Bourdieu, 1998].

The drivers of precarity in the fields of material and cultural production are various practices, such as deterritorialization and delocalization of companies. Companies that were primarily tied to the local community and the nation-state now form an international corporate

network, which on the one hand exacerbates competition between workers in different parts of the world, and on the other hand deprives capital of local commitments. On the micro level, the objectification of precariousness occurs through the internalization of the corresponding dispositions, characterized by the properties described above: the impossibility of long-term planning, the war of all against all, cynicism and alienation.

The precariousness of life is determined not only by its finitude, but also by its social, economic and political conditions, by the resources and relations that are necessary for its maintenance. In order to be considered precarious, life must be recognized as life, and precariousness as a property of all living things. The conditions for recognizing and acknowledging precariousness are recognizability. Butler writes about the relationship between recognition and recognizability: “If recognition characterizes an action, practice or even an episode of interaction between subjects, then recognizability characterizes the more general conditions that prepare or shape the subject for recognition - general frameworks, conventions and norms operate in a certain way, shaping a living being into a recognized subject, although not without errors or unpredictable results” [Butler, 2004, p. 41]. On the other hand, precariousness cannot be fully and adequately recognized for the following reasons. The condition of any recognition will be the intelligibility of the subject at a specific point in time and space, corresponding to the normative and conceptual forms of knowledge that dominate the symbolic universe of a given society. The conditions of intelligibility, in turn, are the frames of social cognition and judgment, that is, they refer to the background of social interaction together with background practices and expectations. The frame constantly circulates in discourse for its own legitimation and can be modified in each new iteration of its reproduction. The analysis of frames in the discourse of precarity, or more precisely, of actors in a situation of precarity, allows us to consider the structure of a single statement, as well as the history of the discourse and, accordingly, the trajectory of precarity.

Both projects of precariousness – the post-Marxist, class-based, focused on the problem of the relationship between labor and capital, and the existentialist, “humanistic” – call for the development of new tools for understanding precariousness as a new field of collective experience in the era of late capitalism and for the formation of a program of a new, more egalitarian strategy based on this understanding.

However, at first glance, the tension between these two approaches is obvious. It is obvious that any attempt to generalize and define precariousness within a single theoretical framework is doomed to eclecticism at best, and at worst to excessive breadth, on the verge of losing any analytical value. Otherwise, this would not be a significant problem – both projects have been quite successfully adopted and integrated within their disciplines, but the study of the problem of

precariousness within sociology still requires the development of a properly sociological conceptual framework.

## REFERENCES

1. Choonara J. (2019) *Insecurity, Precarious Work and Labour Markets: Challenging the Orthodoxy*. Springer International Publishing [online]. Available at: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-13330-6> (Accessed: 31 October 2024)
2. Choonara J, Murgia A, Carmo R. M. and Barbier J.-C. *Faces of Precarity: Critical Perspectives on Work, Subjectivities and Struggles* (2022) Bristol: Bristol University Press.
3. Bourdieu P. (1998) *Acts of Resistance. Against the New Myths of Our Time*. Cambridge: Polity Press.
4. Butler J. (2004) *Precarious Life: the Power of Mourning and Violence*. London: Verso.
5. Butler J. (2009) *Frames of war: when is life grievable?* London: Verso.
6. Springveld N. (2017) 'Neoliberalism, Precarity, and Precariousness', *Frame*, 30(2), p. 25-39
7. Standing G. (2016) *The Precariat: The New Dangerous Class*. London: Bloomsbury Academic.
8. Tschöll C. (2020) 'Precarity: causes, effects and consequences of insecure working and living conditions in a multicultural, rural area of northern Italy (South Tyrol)', *Journal of Education Culture and Society*, 5(2) [online]. Available at: <https://doi.org/10.15503/jecs20142.82.90> (Accessed: 31 October 2024)

**Сердюк Яна**

магістр 2 року навчання,  
факультет соціології  
*Київський національний університет імені  
Тараса Шевченка, Україна*

## ІНКЛЮЗІЯ ЯК СКЛАДОВА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ОСВІТИ:

### ВИМІРИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ

Потреба в інклюзивності не є новизною в українському контексті, проте її актуальність й значущість із кожним роком тільки зростає. Зараз мова йде не тільки про її «класичний» вимір, який часто зупиняється на видимих атрибутах: інфраструктурі, просторовій доступності місць громадського використання та просвітницьким рухам, що беруть на себе зобов'язання «гучномовця» й привертають увагу інституцій та громадськості до цієї потреби. Варто зазначити, що дискурс інклюзії, який розвився, до прикладу, у 2010 році чи через 10 років (у 2020 році) й зараз – це різні дискурси за контекстом, сенсами й ціннісними орієнтаціями. Ми не будемо оцінювати ці контекстуально різні періоди і говорити, які суб'єкти були ключовими фігурами минулого й сьогодення. Конкретно у

цьому напрацюванні нам би хотілося звернути більше уваги на інклюзію у повосенний період і спробувати знайти власну відповідь на запитання «*Які наслідки повномасштабне вторгнення має для розбудови політик інклюзії?*». Також у цій роботі ми торкнемося теми трохи з іншої перспективи: інклюзія – це не тільки про фізичний вимір доступності й забезпечення (матеріально-відчутний, речовий світ), а ще й про вимір внутрішній, який формується, коли ми щось споглядаємо, чуємо і відчуваємо (духовний, чуттєвий світ).

Простір інтернету дає безліч джерел із запиту «інклюзія», є достатньо фахових джерел, де інтерпретується це поняття, і також, присутні нормативно-правові (державні/міжнародні) постанови, які спрямовані на розвиток різних видів інклюзії. Концептуалізація інклюзії може бути відмінною у різних культурних контекстах (Krischler, Powell, & Pit-Ten Cate, 2019). Ми у рамках цієї роботи тяжіємо послуговуватися таким розумінням: інклюзія – це комплексний, всеохопний процес включення, залучення, створення можливості для участі всіх представників(-ниць) суспільства, до будь-яких процесів, які мають місце у цьому ж суспільстві. Оскільки суспільство саме по собі не однорідне (його складають різні верстви, класи й групи людей), то і процедур або механізмів залучення різних груп та їхніх представників(-ниць) може бути багато. Говорячи про інклюзію, ми не можемо відокремлювати такий концепт як – *потреби цільових груп*. Саме цільові групи і є кінцевими бенефіціарами політик із розвитку інклюзії, і саме потреби цих різних цільових груп і мають враховувати/реалізовувати політики інклюзії.

Наслідки повномасштабної війни росії проти України – ще більше підвищили суспільний запит на інклюзію та різні політики її впровадження. Військові, які отримали поранення й, як наслідок, набули інвалідність; сім'ї, які постраждали від війни; ВПО; сім'ї загиблих і т.д. – ці всі категорії потребують нових інклюзивних практик. Потреба включення, інтеграції та реінтеграції людей – має стати не тільки стратегічний напрямком на рівні держави, а й на рівні бізнесових структур та організацій громадянського суспільства. Реалізація політик інклюзії має мати певний плацдарм для трансформації її короткострокових ефектів у довгострокові. Ми вбачаємо таким плацдармом галузь громадянської освіти, яка пронизує всі сфери життєдіяльності людей і формує ціннісну основу поколінь. Формування й утвердження міцної системи громадянської освіти – це гарний інструмент демократизації суспільства, толерування у ньому цінностей безбар'єрності, різноманіття та взаємоповаги (Клепко, 2002; Карнаух, 2007). Інклюзія при цьому, може стати наскрізною ниткою, що об'єднує всі ці теми.

Україна сьогодні – це країна, яка воює, яка захищає свою державність, свої території і своїх громадян. Пріоритети держави наразі спрямовані на безпеку й зміцнення військового потенціалу армії, тобто наразі інститут держави, у першу чергу, обирає

реагувати на нагальні потреби й виклики, що є цілком зрозумілим вибором. Забезпечення інклюзивності не є порядком денним, проте вже зараз важливо міркувати над цим й робити певні кроки у напрямку підготовки громадськості до нових реалій. А нові реалії – це збільшення кількості пересічних громадян, які повернулися з бойових позицій, отримали поранення/травми й зараз мають протезування на різних частинах тіла; це ВПО, які перемістилися зі своїх домівок у інші регіони країни і потребують включення до соціального життя на новому місці; це люди, які перебували на окупованих територіях і отримали травматичний досвід і т.д. Нова реальність потребуватиме не тільки фізичного простору, облаштування, а й терпимості, розуміння й прийняття всіх цих категорій людей. І саме забезпечення всіх цих основних складових і буде початковим відліком для уже існуючих й тих, які будуть розроблятися, інклюзивних політик.

Що саме громадянська освіта може зробити для поширення цінностей інклюзивності? Найперше – це питання вживання політкоректних (толерантних) назв та використання мови, яка ставить на перше місце людину, а не її фізичні чи психологічні характеристики. Нетерпимість до будь-яких проявів дискримінації, осудження, знецінення чи зневаги до людей, які мають фізичну чи ментальну інвалідність, порушення зору, слуху тощо. Повагу і рівність у сприйнятті потреб й інтересів різних категорій осіб. Інклюзивні підходи необхідні не тільки в окремих сферах (наприклад, при наданні соціальних послуг чи психологічній підтримці), інклюзія у системі громадянської освіти – має усвідомлюватися як важлива людська цінність.

Отже, війна та її наслідки додатково привернули фокус як державних інституцій, так і громадськості до інклюзії як актуальної потреби. Принципи інклюзивності наразі стосуються не окремих вразливих категорій людей, наразі інклюзивності потребують практично всі. Інклюзивність в умовах сьогодення не обмежується виключно інфраструктурними питаннями чи просторовою доступністю, важливим її аспектом є і психологічний, емоційний й ментальний рівні. Політики, що спрямовані на поширення інклюзії, мають бути тісно інтегровані до канви системи громадянської освіти – що і може вважатися технологічним рішенням для досягнення довгострокових соціальних ефектів у суспільстві. Дослідження інклюзії через призму громадянської освіти є цікавим напрямком для подальшого розвитку обраної тематики.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Krischler, M., Powell, J. J., & Pit-Ten Cate, I. M. (2019). What is meant by inclusion? On the effects of different definitions on attitudes toward inclusive education. *European journal of special needs education*, 34(5), 632-648.
2. Клепко, С. (2002). Громадянська освіта: необхідні утопії.
3. Карнаух, А. (2007). Громадянська освіта як засіб формування політичної культури молоді.

**Taranova Anastasia**

3rd-year student majoring in Sociology,  
Faculty of Personnel Management,  
Sociology and Psychology  
*Kyiv National Economic University  
named after V. Hetman, Ukraine*

## REASONS FOR THE EMERGENCE OF CONFLICTS IN THE SOCIAL SPHERE

Conflicts in the social sphere are an inherent aspect of social life, arising from the clash of different interests, perspectives, and values. Social conflicts manifest in various forms and at all levels of society, ranging from individual disagreements to large-scale disputes affecting entire social groups or nations. Understanding the causes of social conflicts is crucial for their analysis, resolution, and prevention, as each conflict influences social processes, economic development, political stability, and cultural relations.

In societies with high levels of socio-economic stratification, conflicts frequently stem from tensions between wealthy and impoverished segments of the population. Economic inequality results in limited access to essential resources such as housing, education, and healthcare, exacerbating feelings of injustice. Consequently, polarization emerges, with different social groups recognizing their distinct interests and opposing those of others. Social conflicts driven by economic inequality often intensify during economic crises, when social insecurity rises and competition for resources becomes more severe. Thus, economic disparity serves as a catalyst for social unrest, potentially leading to instability, protests, strikes, and even revolutionary movements.

In an increasingly globalized world, cultural interactions are becoming more frequent, giving rise to new forms of cultural clashes. Individuals from diverse cultural, ethnic, or religious backgrounds possess distinct values, behavioral norms, and worldviews. These differences can

lead to misunderstandings, hostility, and social conflict. Multicultural societies, where various groups seek to preserve their identity while resisting assimilation, often experience heightened tensions. Ethnic and religious conflicts may arise, particularly when minority groups face discrimination or oppression. For example, in many European countries, tensions between native populations and migrant communities have escalated, leading to conflicts centered around cultural identity, rights, and opportunities. Such clashes foster mutual distrust and social divisions.

Politics, as a mechanism of societal governance, frequently entails contradictions between social groups with divergent views on justice, order, and civic responsibilities. Political conflicts occur in both democratic and authoritarian regimes, though their nature varies significantly. In democratic societies, conflicts typically involve competition for power among political parties or movements representing different societal interests. These disputes are often managed through democratic institutions such as elections, debates, and negotiations. Conversely, in authoritarian states, political conflicts often arise from struggles for civil rights and freedoms, as governing authorities attempt to suppress dissent and maintain control. Examples include mass protests against corruption, human rights violations, or economic reforms that adversely impact specific social groups. Political factors thus play a significant role in shaping the nature and intensity of social conflicts.

According to Maslow's hierarchy of needs, human motivation is structured across five levels: physiological needs, safety and security, social belonging, esteem, and self-actualization. When any of these needs remain unfulfilled, conflict may arise. From a functionalist perspective, needs can be categorized into three groups: biological, social, and higher-order needs. Biological needs encompass basic survival requirements such as food, water, and safety. Social needs include the desire for belonging, recognition, and respect. Higher-order needs involve cognitive and creative pursuits, moral and spiritual aspirations, and self-actualization. The fulfillment of these needs is fundamental to individual and societal well-being. However, conflicts emerge when the pursuit of personal needs infringes upon the interests, values, or rights of others.

Social conflicts are an inevitable component of societal dynamics, arising from economic, cultural, political, and personal factors. While conflicts can drive social change, they can also contribute to societal instability. Effective conflict management requires a comprehensive understanding of their root causes, developmental patterns, and potential consequences. Applying scholarly approaches to conflict analysis not only facilitates the prediction of emerging disputes but also aids in devising optimal strategies for conflict resolution, ultimately promoting social stability and cohesion

## **ЗАРОБІТНА ПЛАТА ТА ГЕНДЕРНИЙ РОЗРИВ У ДОХОДАХ: ГЛОБАЛЬНИЙ І НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТЕКСТИ**

Проблема гендерного розриву в оплаті праці залишається актуальною темою сьогодення. І важливо не тільки для економіки країни, але й для встановлення соціальної справедливості та реалізації прав громадян. Метою дослідження є з'ясування того, чи існує гендерний розрив у доходах жінок і чоловіків в Україні, а також визначення основних підходів до подолання існуючого розриву для отримання більш справедливих умов в оплаті праці незалежно від статі. Недаремно серед цілей сталого розвитку важливе місце посідає 5 ціль («Гендерна рівність»), виконання якої полягає в «забезпеченні гендерної рівності, розширенні прав і можливостей усіх жінок і дівчаток» (Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами, 2022).

Основними причинами розриву в доходах між чоловіками та жінками є нерівномірний розподіл посад і можливостей для кар'єрного зростання. Важливу роль у цьому відіграє гендерна професійна сегрегація, яка призводить до того, що чоловіки й жінки зосереджуються в різних категоріях посад. Це створює дисбаланс у посадовій ієрархії та безпосередньо впливає на рівень заробітної плати, обмежуючи для жінок доступ до високооплачуваних сфер і керівних позицій.

Аналіз статистичних даних є ключовим інструментом для вивчення гендерної нерівності в оплаті праці, оскільки дозволяє об'єктивно оцінити масштаби проблеми, ідентифікувати її причини та розробити ефективні політики для її подолання. Зокрема, вимірювання розриву в оплаті праці допомагають визначити різницю в середньому рівні заробітної плати між чоловіками та жінками в різних секторах економіки, професіях, регіонах та на різних рівнях кар'єрної ієрархії.

Аналіз статистики (Жінки та чоловіки на ринку праці, 2023) дозволяє зробити такі висновки:

1. Жінки становлять майже половину всіх працюючих (48%), проте рівень їхньої зайнятості нижчий, ніж у чоловіків у всіх вікових групах. Жінки традиційно виконують

більшу частину неоплачуваної домашньої роботи, догляду за дітьми та літніми батьками. Це обмежує їхні можливості працювати на повний робочий день або будувати кар'єру.

2. У 2012 році середня зарплата жінок складала 78% від чоловічої, а до 2020 року цей показник піднявся до 80%. Незважаючи на зростання мінімальної заробітної плати, у більшості сфер доходи жінок складають від 66% до 97% від заробітної плати чоловіків.

Виключенням є адміністративний сектор, де оплата праці для обох статей майже однакова.

У більшості випадків виявлені диспропорції можна пояснити існуючими стереотипними уявленнями про те, що «головна роль жінки – бути матір'ю». Це змушує багатьох погоджуватися на менш оплачувані посади або ж свідомо обмежувати власні кар'єрні перспективи. Згідно з даними платформи з пошуку роботи «Work.ua», жінки зазвичай занижують свої очікування щодо зарплати приблизно на 20 % (Зарплатні очікування жінок до 20% менші, ніж у чоловіків: у причинах розбирався, 2023).

Однією з причин гендерної сегрегації на ринку праці є відмінності гендерної соціалізації («Хлопчикам — машинки, дівчаткам — ляльки»). Наслідком відмінностей у вихованні є поділ на жіночі та чоловічі спеціальності. Згідно статистичних даних, 90% чоловіки вступають на спеціальності, зв'язані з транспортом, технікою, в свою чергу 90% жінок вступають на освітні або медичні спеціальності. На основі цих даних можна простежити, що технічні спеціальності пропонують ширший вибір як у державному, так і в приватному секторі, тоді як у традиційно «жіночих» сферах переважають державні установи. Це впливає і на рівень заробітної плати. Отже, цей стереотип не лише обмежує право вибору професії, а й звужує можливості працевлаштування.

Вивчення міжнародної статистичної інформації дало можливість зробити висновок, що найбільший гендерний розрив в оплаті праці існує в Південній Кореї – 31,06%. Основні причини – висока концентрація жінок у низькооплачуваних секторах та вплив перерв у кар'єрі через материнство. Друге та третє місця посідають Ізраїль (24,32%) та Японія (22,11%), де значна частка жінок зайнята на непостійних роботах та спостерігається гендерна сегрегація у професіях.

У Європі найбільший розрив зафіксовано в Латвії (19,76%) та Естонії (19,6%). У США (16,86%) та Канаді (16,67%) ситуація подібна. Найнижчі показники зафіксовані в Болгарії (2,55%), Румунії (3,3%) та Бельгії (3,8%), але жодна країна не досягла повного гендерного паритету (Гендерний розрив в оплаті праці: на скільки більше заробляють чоловіки у країнах світу, 2023).

Можна запропонувати кілька заходів з подолання гендерного розриву в оплаті праці.

1. Запровадження прозорості зарплат – компанії зобов'язують публікувати середні зарплати за гендером, що дозволяє виявляти системну нерівність (Прозорість зарплат у Європі та світі. Де у вакансіях публікують зарплатні вилки, 2023).

2. Посилення контролю за дотриманням рівної оплати – перевірки з боку державних органів та санкції для роботодавців, які порушують гендерну рівність у зарплатах. У Великій Британії ще з 2017 року запроваджено обов'язкову звітність про гендерний розрив у компаніях із кількістю працівників вище 250 (Pay transparency in the EU, 2023).

3. Скорочення гендерного розриву в оплаті праці вимагає створення умов, що сприяють кар'єрному зростанню жінок. Варто додати, що доступ до якісної дошкільної освіти та гнучких умов праці полегшують поєднання кар'єри та сімейних обов'язків.

4. Важливими є програми менторства та підтримки жінок у висококваліфікованих сферах, зокрема STEM-галузях, наприклад, у Німеччині діє ініціатива, що сприяє залученню жінок у науку та техніку (Frauen in MINT-Berufen und Studiengängen, 2023).

Отже, проблема гендерного розриву в оплаті праці залишається значущою як в Україні, так і у світі. Основними чинниками цієї нерівності є професійна сегрегація, нерівні можливості для кар'єрного зростання, стереотипи щодо ролі жінок у суспільстві, а також соціальні та економічні фактори, що обмежують їхню професійну реалізацію. Аналіз статистичних даних свідчить, що хоча розрив поступово скорочується, жінки все ще отримують нижчі зарплати, частіше працюють у низькооплачуваних секторах і рідше обіймають керівні посади. Міжнародний досвід демонструє ефективність ініціатив у зменшенні гендерного дисбалансу та сприянні рівним можливостям для всіх працівників незалежно від статі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гендерний розрив в оплаті праці: на скільки більше заробляють чоловіки у країнах світу. Слово і діло: аналітичний портал. 2023. 24 жовтня. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/10/24/infografika/svit/hendernyj-rozryv-oplati-praczi-skilky-bilshe-zaroblyayut-choloviky-krayinax-svitu>

2. Державна служба зайнятості України. URL: <https://dcz.gov.ua/stat>

3. Жінки та чоловіки на ринку праці. Державна служба статистики України. 2023. URL: [https://ukrstat.gov.ua/operativ/pro\\_stat/Prosto/m&w/j\\_ch\\_na%20runky\\_praci.pdf](https://ukrstat.gov.ua/operativ/pro_stat/Prosto/m&w/j_ch_na%20runky_praci.pdf)

4. Зарплатні очікування жінок до 20% менші, ніж у чоловіків: у причинах розбирався *Work.ua*. 16 листопада 2023. URL: <https://www.work.ua/articles/career/3200/>
5. Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами (Стамбульська конвенція) від 11.05.2011 р. *Офіційний вісник України*. 05.07.2022. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_001-11](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_001-11)
6. Шibaєва О. Прозорість зарплат у Європі та світі. Де у вакансіях публікують зарплатні вилки? No Fluff Jobs. 8 червня 2023. URL: <https://surl.li/haboaj>
7. Frauen in MINT-Berufen und Studiengängen. IQB. 2023. URL: <https://iqb.de/karrieremagazin/mint/frauen-in-mint-berufen-und-studiengaengen/>
8. Pay transparency in the EU. Council of the European Union. 2023. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/pay-transparency/>

**Шелеп Олександр**

студент IV курсу спеціальності «Соціальне забезпечення»,  
філологічний факультет  
*Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича, Україна*

## **СОЦІАЛЬНІ ВИКЛИКИ, СПРИЧИНЕНІ ВІЙНОЮ: ДЕМОГРАФІЧНИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ГУМАНІТАРНИЙ АСПЕКТИ**

Війна супроводжується глибокими соціальними змінами. Україна стикається з серйозними демографічними, економічними та гуманітарними викликами, які впливають на сьогодні і на майбутнє країни. Захист соціальних прав під час війни набуває особливої актуальності, оскільки держава змушена вносити зміни до змісту, форм та методів соціального захисту, а можливо навіть переосмислити саму модель соціальної політики. Соціальні виклики, що стоять перед державою та суспільством, можна поділити на три великі групи.

*По-перше*, демографічний виклик. За офіційними даними Держприкордонслужби станом на січень 2025 р. «близько 3 млн громадян не повернулося за 3 роки повномасштабної війни. Це майже стільки ж, як за 11 років, що передували повномасштабному вторгненню – тобто з 2011 по 2021 рік» (3,3 млн) (*Опендатабот, 2025*). Економічні ресурси були спрямовані на потреби оборони, а гуманітарна криза загрожує соціальною стабільністю. За даними Міністерства економіки України у 2024 році інфляція в Україні збільшилася до 12% річних, що було очікуваним наслідком війни та її

вплив на економіку. Зростання ці зумовлене руйнуванням енергетичної інфраструктури, дефіцитом робочої сили через мобілізацію та міграцію, а також падінням врожаю. Найбільше подорожчали продукти харчування – на 14,2%, особливості сировини та агропродукції, на які вплинули як внутрішні фактори, так і світова агроінфляція (*Моніторинг основних подій, 2025, с. 2*). У січні 2025 року інфляція становила 12,9%, а продукти харчування подорожчали на 14,3% (*Коментар Національного банку, 2025*). Для подолання цих викликів потрібно всебічне рішення для державного рівня, а також залучення міжнародної допомоги та громадянського суспільства.

*По-друге*, економічний виклик. Війна здійснює масштабний вплив на економіку країни, прямим чином відображається на добробуті населення. На виробничі потужності країни впливає знищення промислових споруд, транспортної інфраструктури, енергетичних мереж та підприємств. Чимало компаній були змушені перестати вести бізнес. Зростання безробіття негативно впливає на дохід та рівень життя населення. Необхідність фінансування армії та підтримки соціально вразливих верств населення покладає величезний тягар на державний бюджет. На закупівлю громадян впливає інфляція та амортизація національної валюти. Для відновлення економіки стратегії довгострокового розвитку включають міжнародні інвестиції, підтримку малого та середнього бізнесу та створення умов для працевлаштування ветеранів. За 2024 р. в Україні закрили 209 750 фізичних осіб-підприємців (ФОП). Отже, приріст закритих ФОПів склав понад 32% у порівнянні з 2023 роком, йдеться у аналізі YouControl.Market. Водночас реєстрація нових фізосіб-підприємців знизилася на 5% порівняно з 2023 роком (*У 2024 році українці закрили, 2025*).

*По-третє*, гуманітарний виклик. Мільйони людей потребують допомоги, тому гуманітарний аспект війни дуже важливий. Існують труднощі у пошуку житла, роботи та медичних послуг для біженців та внутрішньо переміщених осіб. Багато сімей залишаються без джерела доходу, а деякі регіони страждають від відсутності основних товарів. Війна спричиняє психологічні травми для населення, особливо для дітей та ветеранів, які потребують психологічної реабілітації. Гуманітарна допомога, доступ до медицини та психологічна підтримка повинні бути пріоритетами як для державних, так і для міжнародних організацій. За даними міністра охорони здоров'я Віктора Ляшка, станом на жовтень 2023 року «90% українців мають хоча б один симптом, який вказує на потребу в психологічній допомозі, а 50% населення потребують її різного рівня» (*Ляшко, 2023*).

Безумовно, провести чітке розмежування викликів, визначити їх пріоритетність складно. Однак, підсумовуючи, варто підкреслити, що для подолання наслідків війни необхідні заходи щодо повернення та соціальної адаптації громадян, економічне

відновлення та створення умов сталого розвитку. Серед першочергових заходів слід виділити такі.

*По-перше*, сім'ї, ветерани та внутрішньо переміщених осіб повинні підтримуватися соціальними програмами держави. Важлива ефективна демографічна політика, яка стимулює народжуваність. *По-друге*, для створення сприятливих умов для бізнесу та забезпечення пристойних робочих місць необхідно залучити міжнародних партнерів до економічної сфери. *По-третьє*, медичні та психологічні програми повинні бути розроблені для підтримки населення, постраждалих від війни. Соціальні виклики, спричинені війною та відновленням країни, будуть подолані лише скоординованими зусиллями держави, громадськими та міжнародними організаціями.

Війна докорінно змінює країну, але водночас відкриває можливості для побудови нової, сильної та згуртованої держави. Використання цих елементів залежить від здатності суспільства адаптуватися до нових реалій, зберігаючи людяність, взаємодопомогу та стратегічне бачення майбутнього. Від того, ефективно Україна впорається із соціальними викликами, спричиненими війною, залежатиме не лише добробут її громадян, а й довгострокова стабільність та процвітання країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коментар Національного банку щодо рівня інфляції в січні 2025 року. 11 лют. 2025. 21:41. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-rivnya-inflyatsiyi-v-sichni-2025-roku>
2. Ляшко: 90% українців мають хоча б один симптом, який свідчить про потребу психологічної допомоги. 10.10.2023. 19:06. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-health/3772350-lasko-90-ukrainsiv-maut-hoca-b-odin-simptom-akij-svidcit-pro-potrebu-psihologicnoi-dopomogi.html>
3. Моніторинг основних подій в економіці України. Грудень 2024. Департамент стратегічного планування та макроекономічного прогнозування. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/view/f750a438-1ebe-4505-bd16-feb126a77486>
4. У 2024 українці закрили рекордну за 5 років кількість ФОПів – майже 210 тисяч. 7 січня 2025. URL: <https://blog.youcontrol.market/u-2024-ukrayintsi-zakrili-riekordnu-za-5-rokiv-kilkist-fopiv-maizhie-210-tisiach/>
5. У 3,3 рази зросла кількість українців, що виїхали та не повернулись додому торік. *Опендатабот*. 15 січня 2025. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/ukrainians-emigration-trend-2024>

**Щепанська Діана**  
студентка IV курсу  
спеціальність «Соціальне забезпечення»  
філологічного факультету  
*Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича, Україна*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМ АДАПТАЦІЇ УЧАСНИКІВ БОЙОВИХ ДІЙ: ДОСВІД НУО**

Важливим соціальним викликом, який вимагає всебічного підходу та ефективних програм, є адаптація учасників бойових дій до мирного життя. Ветерани стикаються з психологічними, соціальними та економічними труднощами, які можуть ускладнити їх повернення до цивільного суспільства. Проблема зайнятості, соціального відчуження, психологічних травм та посттравматичного стресового розладу вимагає системних рішень. Спеціальні програми підтримки, спрямовані на психологічну реабілітацію, соціальну адаптацію та професійну перепідготовку бійців, реалізуються неурядовими організаціями. Ефективність цих програм залежить від їх складності, індивідуального підходу та співпраці з державними структурами (Онлайн-опитування серед ветеранів і діючих військовослужбовців, 2024).

Різні підходи до реабілітації ветеранів включають психологічну допомогу, групові тренінги та програми соціальної підтримки. Посттравматичний стресовий розлад є поширеним явищем серед військовослужбовців після повернення з війни. Ефективність використання когнітивно-поведінкової терапії, арт-терапії, програми спортивної реабілітації та залучення самих ветеранів як наставників для нових програм показують досвід країн, які вже розробили системи підтримки ветеранів (Про реалізацію експериментального проєкту з організації професійного навчання учасників бойових дій, 2023).

Повернення військових до цивільного життя може супроводжуватися труднощами у відносинах з близькими людьми, тоді реінтеграція включатиме соціальну адаптацію. Для забезпечення цього процесу неурядові організації створюють платформи для спілкування між ветеранами, сприяють їх участі у волонтерських ініціативах, а також організують спеціальні курси та навчання з розвитку навичок для подальшої зайнятості. Професійне навчання ветеранів дозволяє їм знаходити нові кар'єри. Зокрема, існують приклади успішних програм, які допомагають ветеранам воєнних дій розпочати власний бізнес. А створення спеціальних робочих місць для ветеранів, адаптація умов праці до їх потреб та

підтримка роботодавців, які готові використовувати колишніх військовослужбовців, підвищують ефективність таких програм.

Механізми підтримки на національному рівні можна вдосконалити шляхом взаємодії таких організацій з державними структурами, де ветерани будуть у змозі отримувати комплексну підтримку. У багатьох країнах практика партнерських стосунків між державними установами та недержавними організаціями є ефективною. Слід зауважити також про важливість юридичної підтримки для учасників бойових дій у випадках отримання статусу учасника бойових дій, соціальних платежів, медичної допомоги тощо. Сьогодні в Україні діє американська неприбуткова організація «Revived Soldiers Ukraine (RSU)», заснована ще у 2015 році, яка надає медичну допомогу та реабілітацію пораненим українським військовим. Крім того, вона організовує лікування та протезування в США, а також підтримує реабілітаційні центри в Україні, зокрема «Next Step Ukraine» в Ірпені та Львові. Громадська організація «Фонд Велика Українська Мрія» реалізує проєкт «Психологічна реабілітація ветеранів та учасників російсько-української війни», спрямована на надання психологічної підтримки та адаптації ветеранів до мирного життя. Організація розробляє програми, що включають використання сучасних ІТ-технологій для корекції психічного стану. Громадська організація «Об'єднання відповідальних громадян», яка діє у Кривому Розі, створює Центр відновлення для постраждалих від війни, де надають соціальну, фізичну та психологічну реабілітацію. Центр пропонує юридичні та психологічні консультації, фізичну реабілітацію, а також культурні та освітні заходи для інтеграції ветеранів та внутрішньо переміщених осіб.

Аналізуючи ефективність програм адаптації, можна зробити висновок, що найкращі результати досягаються ініціативами, що поєднують психологічну реабілітацію, соціальну інтеграцію та професійну підтримку. Для підвищення ефективності програм рекомендується розширити співпрацю між державними та недержавними структурами, створити єдину координаційну платформу для обміну досвідом та найкращими практиками, а також розробити довгострокові програми підтримки, які супроводжуватимуть ветеранів не лише в перші місяці після повернення, а й упродовж їхнього життя. Важлива також інформаційна та освітня робота, спрямована на зміну суспільного сприйняття ветеранів та їхньої ролі в суспільстві, проте слід робити кроки по її зміцненню. Інтеграція ветеранів у мирне життя є загальним завданням для держави, громадськості та бізнесу. І лише всебічний підхід здатний забезпечити гідні умови їх повернення до цивільного суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз системи соціального захисту ветеранів та військовослужбовців. URL: <https://legal100.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/2022-Bila-kniga.pdf>

2. Онлайн-опитування серед ветеранів і діючих військовослужбовців «Актуальні потреби та бачення можливостей для кар'єрного і професійного зростання ветеранів», проведеного Українським ветеранським фондом Мінветеранів у січні 2024 року. URL: <https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2024/02/pracevlashtuvanna...>

3. Про реалізацію експериментального проєкту з організації професійного навчання учасників бойових дій та осіб з інвалідністю внаслідок війни в закладах професійної (професійно-технічної) освіти Державної служби зайнятості: Постанова Кабінету Міністрів України від 15.09.2023 № 984. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984-2023-%D0%BF#Text>

Наукове видання

**ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ:  
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

*Збірник матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів,  
аспірантів та молодих вчених*

26 лютого 2025 року (м. Київ)

Відповідальний за випуск

Халіков Р.Х.

Комп'ютерна верстка

Горбов В.В.

Чайка В.Г.

Дизайн обкладинки

Горбова Ю.С.

Видавець

ФОП Халіков Руслан Халікович,

Св. № ДК, № 5346 від 17.05.2017

e-mail: halikoff@gmail.com.