

ISSN 2707-9147

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# **СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ:**

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

*Збірник наукових праць*

Засновник і видавець:  
Класичний приватний університет

Виходить 4 рази на рік  
Засновано у 1998 році

ВИПУСК 100



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2023

УДК 316.42(043)  
С54

Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
Серія KB № 15340-3912P від 22 червня 2009 р.

З 2010 р. усі електронні версії видання передаються на зберігання  
до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського НАН України  
і представлені на порталі в інформаційному ресурсі «Наукова періодика України».

Збірник включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного  
забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Редакційна колегія: **Гордієнко Наталія Миколаївна**, доктор соціологічних наук, доцент (Запоріжжя); **Клименко Олена Юрївна**, доктор соціологічних наук, доцент (Київ); **Михайлич Олександр Володимирович**, кандидат соціологічних наук (Київ); **Позднякова-Кирбят'єва Елліна Геннадіївна**, доктор соціологічних наук, професор (Запоріжжя); **Сердюк Олексій Олександрович**, кандидат соціологічних наук, доцент (Харків); **Сорокіна Людмила Миколаївна**, кандидат соціологічних наук, доцент (Кам'янське); **Стадник Альона Георгіївна**, кандидат соціологічних наук, доцент (Київ); **Хомерікі Олена Андріївна**, доктор соціологічних наук, професор (Київ).

Іноземні члени редколегії: **Dlugosz Piotr**, доктор соціологічних наук, професор (Краков, Польща); **Greblikaite Jolita**, доктор соціологічних наук, доцент (Каунас, Литва); **Pileliene Lina**, кандидат соціологічних наук, професор (Каунас, Литва); **Tamulienė Vilma**, кандидат соціологічних наук, доцент (Вільнюс, Литва).

Головний редактор: **Зоська Яна Володимирівна**, доктор соціологічних наук, професор.

Ухвалено до друку вченою радою  
Класичного приватного університету  
протокол № 5 від 27 грудня 2023 р.

На підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 886 від 02.07.2020 р. (додаток 4) збірник включено до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б» у галузі соціальних наук (054 – Соціологія).

- Збірник наукових праць виходить 4 рази на рік.
- Робочі мови збірника: українська, англійська.
- Редакція матеріали не повертає. Статті до друку підписують за рекомендацією вченої ради Класичного приватного університету.
- Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр і прізвищ несуть автори матеріалів.
- При використанні матеріалів збірника посилання на «Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики» обов'язкове.
- Кожна стаття, направлена до збірника, повинна мати такі структурні елементи: індекс УДК (у верхньому лівому кутку сторінки); тематичний розділ журналу; прізвище, ім'я та по-батькові автора (-ів) (не більше 3-х авторів), науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи навчання) та назва статті; текст статті; список літератури; анотації та ключові слова двома мовами (мовою статті та англійською мовою). Список використаних джерел подається наприкінці статті в порядку згадування джерел та оформлюється з урахуванням розробленого в 2015 році Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». Обсяг анотації – 1800 знаків без пробілів (250–300 слів), кількість ключових слів – мінімум 5 слів. Обсяг статті – не менше 8 сторінок, включаючи ілюстрації, таблиці, графіки, список літератури.
- Реквізити для оплати публікації будуть надіслані авторові на електронну пошту після схвалення рукопису редколегією.

## **ЗМІСТ**

### **ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ**

|                                                                                                                                          |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <i>Н. О. Ляшенко, В. О. Болотова</i><br>ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЙ КОМУНІКАЦІЇ ХХ СТ.<br>В СУЧАСНИХ УМОВАХ<br>РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ..... | 8 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

### **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ**

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| <i>В. В. Гладких</i><br>ТРІКСТЕРИ ТА ТРІКСТЕРІАДИ В ПОЛІТИЦІ..... | 23 |
|-------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Н. М. Гордієнко</i><br>ЦІННІСНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ІДЕНТИЧНОСТІ<br>В СИМВОЛІЗМІ УКРАЇНСЬКОЇ КАЗКИ<br>(НА ПРИКЛАДІ КАЗКИ ПРО ЛУТАЯ)..... | 36 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Я. В. Зоська, А. Г. Стадник, Н. Ю. Кравченко</i><br>ТРАНЗИТИВНЕ СУСПІЛЬСТВО<br>Й ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА:<br>СОЦІАЛЬНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ ПІДХІД..... | 48 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Р. Я. Любенко, О. Г. Пугачова</i><br>РИЗИКИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПОРОДЖУВАЛЬНОГО<br>ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ САЙТІВ<br>СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ..... | 64 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>С. В. Хобта, К. М. Котеленець</i><br>ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕНЬ<br>З ДИТЯЧОЮ АУДИТОРІЄЮ..... | 75 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>О. А. Хомерікі</i><br>КУЛЬТУРНА ТА СОЦІАЛЬНА СИСТЕМОЛОГІЯ<br>В СОЦІОЛОГІЇ МИСТЕЦТВА:<br>ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ..... | 90 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

*О. В. Михайлич*

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ<br>ТА ІНТЕГРАЦІЇ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ<br>В УКРАЇНІ..... | 99 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## **CONTENTS**

### **THEORY AND HISTORY OF SOCIOLOGY**

*Lyashenko N. O., Bolotova V. O.*

|                                                                                                                              |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| APPLICATION OF COMMUNICATION THEORIES<br>OF THE 20TH CENTURY. IN THE CURRENT CONDITIONS<br>OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR..... | 8 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

### **CURRENT PROBLEMS OF SPECIAL AND BRANCH SOCIOLOGY**

*Gladkyh V. V.*

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| TRICKSTERS AND TRICKSTERIADS IN POLITICS..... | 23 |
|-----------------------------------------------|----|

*Hordiienko N. M.*

|                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| VALUES AND SOCIAL IDENTITIES IN THE SYMBOLISM<br>OF THE UKRAINIAN FAIRY TALE (ON THE EXAMPLE<br>OF THE FAIRY TALE ABOUT LUHAI)..... | 36 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

*Zoska Y. V., Stadnyk A. H., Kravchenko N. Yu.*

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TRANSITIVE SOCIETY<br>AND ORGANIZATIONAL CULTURE:<br>A SOCIAL-MANAGERIAL APPROACH..... | 48 |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|

*Lyubenko R. Ya., Puhachova O. H.*

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| RISKS OF MAINSTREAM GENERATIVE AI<br>FOR SOCIAL NETWORKING SITES' RESEARCH..... | 64 |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|

*Khobta S. V., Kotelenets K. M.*

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| FEATURES OF SURVEYS WITH THE CHILD AUDIENCE..... | 75 |
|--------------------------------------------------|----|

*Khomeriki O. A.*

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| CULTURAL AND SOCIAL SYSTEMOLOGY<br>IN THE SOCIOLOGY OF ART:<br>PERSPECTIVES OF APPLICATION..... | 90 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

**ACTUAL PROBLEMS  
OF MODERN UKRAINIAN SOCIETY**

*Mykhailych O. V.*

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| FEATURES OF SOCIAL ADAPTATION<br>AND INTEGRATION OF INTERNALLY DISPLACED PERSONS<br>IN UKRAINE..... | 99 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

УДК 316.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.1>

**Н. О. ЛЯШЕНКО**

кандидат соціологічних наук, доцент,  
доцент кафедри соціології та публічного управління  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»

**В. О. БОЛОТОВА**

кандидат соціологічних наук, доцент,  
доцент кафедри прикладної соціології  
та соціальних комунікацій  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна

### ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЙ КОМУНІКАЦІЇ ХХ СТ. В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

*У статті вказано, що в процесі аналізу комунікації доцільно звернутися до наукової спадщини вчених ХХ ст., окреслити актуальні положення та визначити доповнення до теорій, яких вимагають комунікаційні практики сучасності. Показано, що чинником, який актуалізує потребу в окресленні працюючих положень цих теорій є війна в результаті агресії РФ. Розглянуто теорію символічного інтеракціонізму як таку, яка підкреслювала символічність характеру комунікації, вказано на необхідність доповнити теорію Міда у зв'язку з тим, що в рази збільшився обсяг зовнішніх імпульсів, значущі жести стає складніше інтерпретувати, процес прийняття ролі ускладнено. Зазначається, що з'являються нові та переосмислюються старі вісі соціальної диференціації, що викликає нові вимоги щодо здійснення комунікації представників різних груп. Підкреслено актуальність положень Ч. Кулі, зазначено, що формування соціальної складової людини дійсно здійснюється, в першу чергу, під впливом первинних груп, але в сучасному суспільстві в цих групах відбулися зміни: сім'я стає меншою за розміром, не стабільною, сусіди зменшили свій вплив на особистість, особливо в містах, коло друзів зараз може з'явитися не тільки завдяки реальному, але й віртуальному спілкуванню. Вказано на актуальність ідей Гофмана, коли під впливом активної діяльності російської пропаганди,*

яка усвідомлено використовує фабрикацію в свідомості користувачів медіа формуються оцінки, вигідні для представників політичної влади РФ.

Розглянуто ідеї Франкфуртської школи щодо нових технологій впливу на свідомість людини, завдяки яким формуються такі цінності та ухвалюється така поведінка, які найбільш вигідні правлячій еліті.

Показана актуальність теорій пропаганди Гарольда Лассвела (щодо поступової підготовки людей до прийняття нових ідей завдяки детально розробленій стратегії розповсюдження та культивування нових символів і сильних емоцій) та «лідерів думок» Поля Лазарсфельда.

Робиться висновок, що певні положення теорій комунікації ХХ ст. можуть потребувати актуалізації у зв'язку зі змінами умов, ситуацій або акторів взаємодії, проте, чим більш базові речі пояснює теорія, тим менше вона вимагає перегляду та переосмислення. Втім останнє не є показником слабкості теоретичної моделі, а скоріше показує наявність можливостей її подальшого розвитку.

**Ключові слова:** комунікація, масова комунікація, теорії комунікацій, символічний інтеракціонізм, франкфуртська школа, теорія пропаганди, теорія «лідерів думок».

**Постановка проблеми.** Здійснення комунікації є неодмінною умовою функціонування суспільства як соціальної системи, вона відбувається на всіх рівнях соціальної взаємодії, у всіх галузях суспільного життя. Процес комунікації є об'єктом дослідження філософів, соціологів, психологів. Але кожен з теоретиків, описуючи його структуру, специфічні риси, механізми реалізації та чинники ефективності здійснює це в контексті розуміння сутності самого суспільства та виходячи з особливостей свого часу. Це відображається в назвах типів суспільств.

Коли підкреслюємо взаємозалежність від інших суспільств, вихід економічного, політичного, культурного життя за традиційні кордони держав, то ми вживаємо поняття «глобалізаційне». Якщо ми намагаємося підкреслити зміни у сферах професійної діяльності переважної більшості людей, в рівні їх освіти, в соціальній стратифікації та джерелах використаної енергії ми говоримо про постіндустріальне суспільство. Коли ми говоримо про розповсюдження масової культури, про порушення стабільності та наростання невизначеності, про нові технології, то частіше використовуємо термін «суспільство постмодерну».

Але все це одне суспільство, що активно розвивається, має суттєві відмінності від попередніх типів (традиційного та індустріального). Воно змінює та відчуває на себе зміни в процесі комунікації. Щоб виділити ці зміни, їх вплив на суспільство, позитивні та негативні наслідки, виклики, ризики та можливості, на нашу думку, доцільно звернутися до наукової спадщини вчених ХХ ст., які аналізували процес комунікації, окреслити актуальні наукові добутки та доповнення до теорій, яких вимагає комунікаційні практики вже у двадцять першому столітті.

Новим викликом та чинником, який актуалізує потребу у перегляді теорій комунікації та окресленні актуальних та працюючих положень є стан війни в результаті агресії РФ, оскільки ця війна пов'язана

з конфліктом цінностей, які відтворюються, передаються, закріплюються та змінюються в процесі комунікацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес здійснення комунікації, специфіка реалізації її різних видів та механізм впливу на суспільство стає об'єктом дослідження соціологів, філософів, психологів та фахівців-практиків, які безпосередньо займалися організацією цього процесу. Перші теорії комунікації з'являються на початку ХХ століття і за більше, ніж сто двадцять років виникає безліч напрямків її вивчення: філософських, психологічних, лінгвістичних та соціологічних. Вони пояснювали зміст та структуру комунікації, вивчали її різні канали та форми, аналізували медіатизовану комунікацію, особливості, яких набуває масова комунікація, здійснювана через медіа, вплив самих масмедіа на людину та її думку.

Аналіз робіт українських дослідників свідчить про те, що протягом 1990–2010 року проблема комунікації не була пріоритетною темою досліджень. Але слід відмітити роботи Костенко Н.В., присвячені масовій комунікації, зв'язками з громадськістю, як різновидом комунікації займалися Почепцов Г.Г., Королько В.Г., Мойсеев В.А. Серед них комунікаційні процеси найглибше досліджувались Почепцовим Г.Г., який проаналізував історію розвитку соціальних комунікативних технологій, а соціальну комунікацію визначав, як міжрівневу передачу інформації. Почепцовим Г.Г. також класифікував види соціальної комунікації. Королько В.Г. наголошував на необхідності розмежування процесів соціальної комунікації та інформування. Соціальну комунікацію в своїх роботах розглядали Іщук В., Дуцик Д., Різун В. Соціальні аспекти комунікації Інтернет вивчав Коноплицький С.М. [1].

На сьогодні комунікаційна проблематика стала складовою частиною досліджень як фундаментальних суспільних наук (соціальної філософії, соціології, лінгвістики, психології, антропології, культурології) так і прикладних напрямів.

Однією з перших спроб у вітчизняній науці пов'язати тип суспільства з особливостями комунікації були роботи Зражевської Н.І., яка проаналізувала сучасні концепції інформаційного суспільства у зв'язку з функціонуванням засобів масової інформації [2].

Наприкінці ХХ ст. вже виникла необхідність систематизувати всі наукові напрацювання у сфері комунікації (переважно закордонні), особливо масової комунікації. Постала проблема класифікації наявних теорій, розуміння їх взаємодоповненості. З'явилися роботи, присвячені не тільки самій комунікації, а аналізу та співвідношенню її теорій.

Велике значення має роботи Іванова В.Ф., де розглядаються різноманітні підходи до вивчення комунікації у сучасному суспільстві. Він також розкрив різні підходи до вивчення вища масової комунікації [3].

Холод О. також виділив десять напрямків (підходів до) вивчення соціальних комунікацій: соціоінженерний, католицький, метатеоретичний, семіосоціопсихологічний, соціокомунікаційний, психологічний, соці-

ально-компетентнісний, соціально-інформаційний, теоретико-комунікаційний та інмутаційний підходи [4].

Квіт С.М. підкреслює, що існує велика кількість теорій, концепцій та гіпотез масових комунікацій. Відштовхуючись від результатів дослідження Дж. Брайанта і Д. Мірон він виділяє в хронологічному порядку та описує 53 теорії масові комунікації [5].

Таким чином, в поле уваги дослідників потрапила класифікація різноманітних підходів та теорій, які, переважно, розглядають проблеми масової комунікації. Слід зазначити, що попри детальний аналіз різних комунікативних парадигм, їх переваг та недоліків, співвідношення та класифікації наявних теорій, поки не було здійснено аналіз меж їх застосування з урахуванням соціальних змін, виділення положень, актуальних незалежно від типу суспільства та часу його існування та таких, які справедливі тільки в певних умовах, на певному етапі його розвитку.

**Метою статті** є характеристика особливостей процесу комунікації в сучасному українському суспільстві з урахуванням повномасштабної війни та, у зв'язку з цим, виділення проблемних точок застосування теорій комунікації ХХ ст. (на прикладі декількох з них), виходячи зі специфіки змін в самій комунікації.

**Виклад основного матеріалу.** Як вже було відмічено, феномени комунікації та масової комунікації стали об'єктом уваги багатьох наукових парадигм, що й призвело до подальшої їх класифікації, виділення типів,

В працях представників символічного інтеракціонізму (Ч. Кулі, Дж. Г. Мід) розглядалась, як сутність комунікації, так і комунікаційна сутність самого суспільства [6, 9]. А. Шютц звертав увагу на те, як саме представники однієї «домашньої групи» розуміють один одного та чому виникають проблеми в комунікації після тривалого перебування «поза домом». І. Гофман пояснював як саме ми передаємо інформацію та робимо вплив на оточуючих під час реалізації рольової поведінки, яким чином ми систематизуємо та впорядковуємо інформацію та класифікуємо соціальні явища за допомогою фреймів.

Попри те, що соціальна комунікація може бути різною, наприклад, поділятися за суб'єктом що її здійснює (індивід, група, соціальні організації, суспільство в цілому), сферами реалізації, каналами, рівнем формалізації (офіційні або неофіційні механізми, джерела, регулятори), об'єктом на якого вона спрямована (внутрішній діалог людини самої з собою, інша людина, соціальна група, маса), будь-який її тип стає реальним завдяки тому, що ми маємо можливість, як соціальні істоти, змістовно здійснювати цей процес.

Дж. Г. Мід у своїх лекціях підкреслював важливість використання символів, особливо символічну мову, під час організації соціальної поведінки індивідів та соціальних груп. Застосовуючи мову індивіди здійснюють символічні соціальні взаємодії, які є послідовною зміною

основних чотирьох стадій. З початку відбувається зовнішній імпульс, що спонукає актора зробити щось в відповідь, спираючись на власний досвід та знання. Потім здійснюється сприйняття, за допомогою якого, спираючись на уявні образи, відбувається обміркування, оцінка імпульсу та обрання схеми дії, спираючись на гіпотези щодо їх наслідків, а потім і безпосередньо дії відносно об'єкта. Під час здійснення комунікації люди як символи вживають значущі жести – дії суб'єкта, які стають імпульсами щодо дій іншого діяча, які здатні викликати цілком визначену, передбачувану реакцію у тих, кому вони адресовані.

Під час війни в комунікаційному просторі з'явилися нові важливі символи, знання щодо їх інтерпретації та типові реакції на них різних груп людей. Прикладами нових символів є сигнали повітряної тривоги, різні типи вибухів які розпізнаються мешканцями територій наближених до бойових дій, такі нові слова як «рашисти», «орки». Специфічні поняття, які раніше вживали лише військові також ввійшли в нашу повсякденну мову: «укриття», «комендантська година», «блок-пост» тощо. І можемо пересвідчитись в тому, що люди їх інтерпретують та обирають відповідну поведінку.

Мід стверджує, що людська комунікація стає можливою завдяки тому, що індивіди відгукуються на власні стимули таким самим чином, як і ті люди, на яких вони спрямовані, тобто однаково розшифровується їх символічне значення, яке безпосередньо пов'язано з осмисленням в межах конкретної культури. Кожний значущий символ може означати предмет або подію, певну реакцію на нього, що виражається у відповідних соціальних діях. Мід постійно підкреслює, що соціальний світ формується як результат соціальних взаємодій, що відбуваються під впливом символічного оточення.

Коли ми розглядаємо сучасне нам суспільство, то необхідно уявляти зміни, які відбулися та доповнити теорію Міда тим, що:

1. В разі збільшився обсяг зовнішніх імпульсів, подразників, які спрямовані на свідомість індивіда та вимагають від нього реакції. Суб'єкти, що здійснюють ці виклики стають більш різноманітні: радіо, телебачення, інтернет-ресурси, різноманітні групи, які формально та неформально впливають на індивідів.

2. Значущі жести стає складніше інтерпретувати із-за мультикультурності, багатоваріантності, збільшення їх кількості.

3. Збільшується кількість можливих реакцій на ці виклики, що пов'язано з демократизацією суспільства, збільшенням прав людей, культурною глобалізацією та появою нових технологічних можливостей (можна, наприклад, розповсюдити свою реакцію на виклик в соціальні мережі, зняти відеоролик).

Згідно з Мідом, ми постійно інтерпретуємо значення символів що на нас спрямовані, уявно ставлячи себе на місце того хто ці символи передає, щоб зрозуміти його наміри. Зараз ми повинні враховувати, що цей процес – процес прийняття ролі – ускладнено, тому що більша

кількість інформації передається нам в «урізаному», переінтерпретованому вигляді. Це стосується, в першу чергу, різних типів спілкування в інтернеті, сприйняття теле-, радіо- та інтернет повідомлень. Крім цього, під час безпосереднього спілкування нам стало більш складно зрозуміти інших та поставити себе на їх місце, тому що культурна багатоваріантність трактувань значущих символів дає більше варіантів інтерпретацій.

Відповідно до Міду, чим більше розвиненим є суспільство, тим більше універсальним стає процес прийняття індивідами ролі іншого, збільшується набір соціально-значущих символів, які однаковим чином трактуються та викликають схожу реакцію.

В цьому сенсі, коли ми говоримо про можливості комунікації в наш час, то, безумовно, завдяки розвитку освіти, розповсюдженню норм міжнародного права та розумінню універсальних принципів побудови сучасних суспільств ми можемо розуміти, яку реакцію від нас очікують представники інших культур (якщо ми спілкуємося з ними та можемо перекласти їхню мову на зрозумілу для нас). Це відбувається тому, що в цих суспільствах базові права людини, основні цінності та закони функціонування подібні. Тому сучасні українські біженці в країнах Європи після подолання мовного шоку, опанування на достатньому рівні мови країни, в яку вони переїхали, можуть легше адаптуватися та залучитися до процесів комунікації в економічній, політичній та культурній площині, спираючись на знання універсальних символів та ролей.

Велика кількість представників сучасного українського суспільства зараз знаходяться в стані переінтерпретації та нового узгодження власних, використовуючи термінологію А. Шютца, інтерсуб'єктивних світів. За Шютцем, ми можемо взаємодіяти з оточенням, тому що знаходимося в системі об'єктів, які ми бачимо однаковими, з тими ж властивостями та оцінками. Але зараз у українців звичні «домашні групи» руйнуються та виникають нові «світи», які об'єднують людей в нові соціальні групи: військові, волонтери, ВПО, біженці, ті, хто був в окупації, хто мешкає у відносно безпечних регіонах України, на територіях наближених до бойових дій, хто переїхав до РФ. Виникають нові «ми»-групи та «вони»-групи, які мають відмінності в сприйнятті соціокультурних порядків та виявляються під час комунікації, породжуючи непорозуміння та конфлікти. Все це ускладнюється тим, що нові обставини життя, які викликані війною, руйнують старі «домашні групи»: родини розділяються та переміщуються частинами (чоловіки залишаються в Україні, а жінки з дітьми переїжджають в більш небезпечні регіони, заможні втрачають дома та бізнеси, цивільні стають військовими та вже по іншому сприймають колишніх колег та друзів, які не вступили до лав ЗСУ, здорові перетворюються на непрацездатних інвалідів тощо).

З'являються нові та переосмислюються старі вісі соціальної диференціації. До традиційних критеріїв ставлення до людини в суспільстві,

таких як рівень матеріального достатку, обсяг влади, престиж та повага пов'язані з суспільною оцінкою важливості та складності виконаних ролей (в першу чергу професійних) додається рівень участі у виконанні завдань захисту держави, а саме залученість до армії, розвідки, служби безпеки, волонтерського руху, виробників зброї та обладнання, військових лікарів. Все це викликає нові вимоги щодо здійснення комунікації представників різних (нових та старих) груп, що спираються на загальні права людини, вимоги толерантності та загальні демократичні цінності, важливість яких необхідно зараз активно пояснювати за допомогою ЗМІ (інакше в суспільстві буде зростати рівень напруження, кількість конфліктів, прояви насильства різних видів).

Ч. Кулі, що також підкреслює що саме комунікація є механізмом, завдяки якому існують та розвиваються соціальні відносини. Він першим описує їх складові, підкреслюючи, що до них належать усі символи свідомості разом із засобами перенесення їх в просторі й збереження в часі. Вони включають вирази осіб, пози, жести, тон голосу, слова, усе написане, надруковане, а також залізничі, телеграф, телефон, – і усе, що може бути ще винайдено для подолання простору і часу [7, 9]. Саме завдяки комунікації з іншими відбувається формування соціальної складової людини, прийняття нею соціальних вимог, формування образу самої себе, співвіднесення власної поведінки з оцінками інших. Все це здійснюється, в першу чергу, під впливом первинних груп, але в сучасному суспільстві в цих групах відбулися зміни:

1. Сім'я що є найбільш впливовою первинною групою стає меншою за розміром, не стабільною, тому дає індивіду можливість бути «залученим» до свідомості меншої кількості людей, які є лояльними до нього та викликають формування абстрактних уявлень про базові цінності та відносини (добро, справедливість, повага, турбота, суперництво, дружба) через їх персоналізацію в діях конкретних представників первинних груп. Це може формувати більш одностороннє, неповне уявлення про суспільство, але цього не відбувається завдяки появі додаткових агентів первинної соціалізації (дитячі колективи та їх дорослі керівники, як групи в дитячому садку, в гуртках, шкільні класи, ЗМІ), хоча в них зазвичай немає тієї близькості як в родині.

2. Сусіди, яких Ч. Кулі описує як первинну групу, зараз зменшили свій вплив на особистість, особливо в містах.

3. Коло друзів зараз може з'явитися не тільки завдяки реальному, але й віртуальному спілкуванню, проте, на жаль, зараз це менш тісні, поверхневі, не тривалі стосунки, які роблять первинний вплив, але не викликають достатню довіру, тому не завжди допомагають власним впливом в заплутаних ситуаціях.

4. Первинні стосунки, що виникають в дорослому віці (сім'я, що створюється, коло друзів) також менш стійкі в порівнянні з минулим. Все це впливає на формування первинних ідеалів, які стають орієнтирами – вони є менш чіткими, однозначними. Активну роль в їх

формуванні та відтворенні зараз починають грати сучасні ЗМІ, які висвітлюють проблеми суспільства, надають їм оцінки, пояснюють ставлення до них різних груп. Але вони не є лояльними до індивідів та щиро зацікавленими в їх успіхах, а розглядають їх як цільову аудиторію, джерело «лайків», об'єкти для здійснення впливу.

В процесі комунікації первинні ідеали людини стикаються з первинними ідеалами інших людей та з образами, що продукують ЗМІ (інколи маніпулятивними). Кулі вже на початку XX століття вказує на складності в процесі комунікації великої кількості несхожих між собою груп, що викликано змінами соціального простору, пов'язаними з урбанізацією, міграцією, руйнуванням традиційних первинних зв'язків. Кулі висуває ідею, що громадська думка, яка виникає як продукт спільної взаємної комунікації і взаємного впливу, та може мати недостатній рівень організації, нестійкість, різноманітність думок, буде грати першочергову роль в майбутньому, спираючись на відчуття справедливості, правильності, порядку, доброти що є базовими первинними ідеалами.

Уявити, як відбувається конструювання людиною власної рольової поведінки, контроль «управління враженнями» від програвання ролі допомагає драматургічна теорія Е. Гофмана. Вчений це робить, аналізуючи феномен фреймів, які допомагають нам сприймати власну поведінку та поведінку інших.

Під час взаємодій з іншими ми стикаємося з вимогою поводити себе так, як цього очікують інші, а не так, як можливо ми цього бажаємо. Наше завдання – найкращим чином представити «аудиторії» власне виконання ролі, створити необхідне враження, викликати довіру до виконавця, вимусити аудиторію поводити себе таким чином, як ми того бажаємо. Але кожна вистава є дуже крихкою. Місця, де безпосередньо відбуваються взаємодії акторів з аудиторіями – «передні плани» – мають тенденцію до інституціалізації. Це торкається як особистого переднього плану (манер поведінки, характеристик мови, одягу, аксесуарів, постави, звичок, специфічних інструментів тощо) всі елементи якого повинні бути узгоджені, так і фізичного простору/сцени, в якій відбувається вистава. Підготовка до виконання рольової поведінки, тренування виконавця відбувається на задньому плані (в залаштунковій зоні), але більш цікавим є пояснення науковцем того, як відбувається вплив на аудиторію.

Гофман висуває основні вимоги до виконання ролі, які зберігають свою актуальність та можуть бути використано під час різних типів комунікації.

По-перше, це необхідність щось приховувати (непривабливі риси поведінки або обставини життя виконавця; помилки, здійснені під час виконання ролі, «вигороджування» прорахунків; демонстрація лише «кінцевого продукту» – фінальної вистави або результату діяльності; приховування «брудної», непривабливої, напівлегальної, жорстокої

роботи проведеної для створення кінцевого продукту або вистави; приховування можливих образ, приниження виконавців, щоб виконання ролі тривало довгий час, як це відповідає потребам виконавця).

По-друге, схильність виконавців створювати враження, що вони є ближчими до аудиторії, дуже зацікавлені в ній, у позитивному ставленні до них, що вони створюють унікальну важливу виставу.

По-третє, намагаються узгодити всі елементи вистави, щоб не було суперечностей які неминуче викликають недовіру до виконавця (всі складові переднього плану повинні бути враховані та пов'язані один з одним) та зірвуть виконання ролі.

По-четверте, «містифікація», створення на аудиторію враження, що виконавець має унікальні знання, властивості, знаходиться на дистанції від звичайних людей, тому його виступ викликає більшу повагу аудиторії.

По-п'яте, виконавцям ролей за можливістю надають допомогу інші групи – команди, члени яких співпрацюють з виконавцем та один з одним для створення потрібного впливу на аудиторію.

Всі ці моменти більш-менш успішно враховують виконавці соціальних ролей під час взаємодії з іншими. Фахівців, які професійно виконують завдання пов'язані з безпосередньою комунікацією (журналісти, актори, лектори, промоутери, політичні діячі, проповідники тощо) вчать звертати увагу на складові комунікації «з переднього плану» (за Гофманом), що формують довіру до наданої інформації та її транслятора.

Але, коли ми розглядаємо сучасне українське суспільство, виникає необхідність доповнення цих положень для комунікацій в месенджерах, соціальних мережах, блогах, які зараз вийшли на перші місця каналів отримання інформації [8, 9].

Крім того, багато виконавців ролей потребують наявності акаунтів в популярних соціальних мережах, щоб бути впізнаваними. Як і класичним каналам здійснення комунікацій їм необхідно збільшувати аудиторію, викликати довіру та реалізовувати необхідний інформаційний вплив.

Вимоги при здійсненні комунікації, на які вказує Гофман, тут частково змінюються, а саме:

1. Необхідність приховувати непривабливі характеристики виконавця або прорахунки в підготовці інформаційного текстового/відео повідомлення зберігається (в інтернет-просторі легше сховати хто є власником ресурсу, реально створює повідомлення, з якою метою).

2. Для створення враження про унікальність джерела інформації є більше можливостей, а саме: посилання/цитування/використання думок відомих експертів, що нібито збігаються та підтверджують інформацію; надання оперативної інформації швидше ніж інші схожі групи в інтернеті; відмова або скорочення кількості реклами для того, щоб створити враження особистої зацікавленості в аудиторії та не відволікання її від цікавої інформації.

3. Всі елементи «вистави» в інтернеті також повинні бути узгоджені: в текстових повідомленнях це стиль мови (що враховує специфіку мови аудиторії), грамотність, наявність картинок, посилань на джерела для підтвердження фактів, «стоїї», можливість вставити коментарі та реакції аудиторії на повідомлення; у відео зверненнях це всі складові особистого переднього плану та сцени. Але додатковими вимогами є короткість, лаконічність, чіткість викладання думок.

4. Можливості повторного перегляду матеріалу та його копіювання вимагає від авторів приділяти більше уваги інформаційним повідомленням. Безумовно, виконавці можуть їх виправити, видалити інформацію, але немає впевненості в тому, що з неї вже не зробили копію/скрін).

5. «Містифікацію» виконавцю зробити простіше, тому що він знаходиться на відстані, аудиторії бракує інформації про нього (яку б ми отримали під час безпосереднього спілкування).

6. На можливості виконавців виконувати їх роль також впливають команди, які можна представити в наступних варіантах: безпосередні помічники/співавтори інтернет-ресурсів, які створюють/розміщують повідомлення; активні прихильники виконавця з його аудиторії, що позитивно оцінюють, коментують, розповсюджують його інформацію, підписуються, «донатають», рекламують її іншим; інші інтернет-комунікатори, які виконують подібні ролі та позитивно оцінюють діяльність виконавця, використовують його ресурси/відео/картинки й, таким чином, популяризують.

Інакше кажучи, комунікатор намагається зробити запланований вплив на аудиторію, але розуміє, що, крім того, він може упустити деякі компоненти та паралельно робить стихійний, незапланований вплив, який також може викликати небажані відповіді. З метою мінімізації стихійних впливів відбувається планування реакцій під час непередбачуваних ситуацій, навчання практикам збереження самовладання (збереження виразу обличчя, стилю мови, тону голосу, контроль рухів), відпрацювання/тренування процесу виконання ролі, підбір доброзичливої аудиторії та вірних членів команди, запобігання доступу аудиторії до непривабливої приватної інформації про виконавця, зміна аудиторій.

Коли здійснюється інтернет-комунікація то можливості підстрахуватися від несподіваних впливів змінюються: важко уявити з кого буде складатися аудиторія, з якою метою люди до неї долучаються (засудити або надати щире підтримку), складна зміна аудиторії, але легше стримувати емоції (тимчасовий лаг надання інформації цьому сприяє) та перевіряти відео/текстові повідомлення перед їх відправленням.

Гофман намагався пояснити, як в повсякденному житті людей відбувається сприйняття та інтерпретація подій, використовуючи «рамки розуміння», тобто фрейми, як ті структури, що саме й організують надання значень та пояснень всьому тому, що відбувається

навколо нас. Фрейми впливають на наші дії, допомагаючи обрати той тип поведінки – нашої відповіді – що відповідає схемі розуміння адекватної реакції, яку ми маємо демонструвати. Соціальні відносини також проявляються в структурах фреймів, в їх шарах. Згідно з Гофманом структура фрейму стійка, складається з набору встановлених компонентів, що перебувають в тісному взаємозв'язку та стійкі до впливу повсякденних подій. Фрейми організовані в системи, які можна поділити на первинні (природні та соціальні, що забезпечують фонове розуміння подій) та вторинні (які сприймаються як трансформації, перетворення, непряма інтерпретація, імітація, не справжня діяльність). Гофман в першу чергу, розглядає вторинні фрейми, що призводять до переосмислення первинних або завдяки «перемиканню» або через «фабрикацію». Перемикання – усвідомлене перекладання первинної схеми сприйняття в іншу «систему координат», як це відбувається під час перегляду спектаклю, спортивного матчу, військових навчань, участі у комп'ютерній грі, нова інтерпретація тексту, сну тощо. Фабрикація – це коли той, хто переосмислює ситуацію не розуміє що його розігрують, вводять в оману, маніпулюють його сприйняттям, приховують частину інформації.

Зараз ідеї Гофмана стають дуже актуальними, коли під впливом активної діяльності російської пропаганди, яка усвідомлено використовує фабрикацію у свідомості телеглядачів, читачів месенджерів формуються вигідні для представників політичної влади РФ оцінки, ставлення, аргументи для виправдання війни проти України. Наявні в російській культурі первинні соціальні фрейми підкреслюють величність, винятковість, могутність російського народу, протистояння РФ іншому світу, імперські вимоги та необхідність підкорятися владі та силі. Безумовно, зараз у РФ присутні вторинні фрейми, які відповідають «перемиканню», коли росіянин стверджує що війна це безумовно погано, починати війну не можна, але те що вони роблять це не війна а «спеціальна військова операція», яка відповідає політичним інтересам РФ, захищає її від НАТО і тому є доцільною (усвідомлена переінтерпретація фактів), коли мародерство, що раніше засуджувалося як крадіжка або розбій сприймається повністю виправданим «трофеєм», аморальне знищення житлових будинків та мирних громадян вважається легітимним. Вплив фабрикації фреймів ми можемо спостерігати, фіксуємо впевненість значної частини росіян у «самообстрілах» українцями власних домівок, відсутності самостійних мови та культури українського народу, перемозі виключно росіян у Другій світовій війні, наявності прав у РФ на українські території та «визволення» російськомовних українців від впливу НАТО тощо. Така фабрикація спостерігається під час виступів керівників РФ, у російських та проросійських чатах, обговореннях, статтях в газетах та програмах телебачення. Можливо частина пропагандистів самі щиро вірять в ці свої оцінки, але переважна більшість з них за визначенням Гофмана

є «ціннічними акторами», які трансформують наявні раніше у свідомості соціальні фрейми завдяки «фабрикації».

Гофман висвітлює найактуальніші поняття щодо сприйняття соціальної реальності та соціальних фактів, що існують. В сучасному суспільстві «фабрикації» помножуються, переконуючи нас в реальності уявного, нашаровуються нові рамки сприйняття, «викривлені дзеркала», підштовхують нас робити інші висновки. Неконтрольовані величезні потоки інформації та цілеспрямовані впливи на нашу поведінку через нове сприйняття реальності посилюються, спираючись на невміння критично аналізувати інформаційні джерела та маніпуляції.

Проблеми зміни поведінки та цінностей людини на користь панівній ідеології під впливом засобів масової інформації, типових комунікативних практик під час навчання та виховання розглядали представники критичної філософії. Вони стверджували, що в суспільстві панівні групи за допомогою культури нав'язують людям «помилкові» потреби, які потім змінюють поведінку людини на таку що зміцнює встановлений соціальний порядок, а не сприяє вільному розвитку особистості.

Представники Франкфуртської школи підкреслювали, що з'являються нові технології впливу на свідомість людини (телебачення, журнали, газети), завдяки яким передається саме та інформація, формуються саме такі цінності та ухвалюється саме така поведінка, яка найбільш вигідна панівній еліті, що прив'язує людину до споживання та покірності.

Г. Маркузе доводить, що панівна в капіталістичному суспільстві раціональність стає культурною експлуатацією людини, яка, завдяки заспокійливому впливу телебачення, нав'язує цінності суспільства споживання, руйнує індивідуальність та позбавляє свободи. Соціалізаційний вплив телебачення поєднується з соціалізаційним впливом масової школи, яка пропонує однозначні оцінки, стимулює слухняність, слідування зразкам та за все це обіцяє економічний успіх та високий рівень добробуту. Зараз ми розуміємо, що сучасні ЗМІ дуже сильно впливають на поведінку людини, її ставлення до подій, оцінки та вподобання. Російська пропаганда, використовуючи традиційні штампи радянських часів, сформулювала у більшості громадян установку на необхідність та виправданість війни проти України, підсилила їх віру в те, що вони «повторюють подвиг дідів у боротьбі проти нацизму», в те, що «хто не підкоряється Росії – той нацист», що «української культури не існує, це різновид російської культури з її специфічним сільським діалектом на окремих територіях», що країни НАТО бажають захопити великі території РФ з її корисними копалинами та «підбираються до неї» впливаючи на Україну. Ці штампи протягом останніх 20 років розповсюджувалися на телебаченні, в газетах, радіопередачах, «наукових» статтях, виступах політиків з активною підтримкою представників влади. Починаючи з середини ХХ століття

для багатьох людей ЗМІ стали основним засобом пізнання навколишнього світу, а в умовах їх контролю владними елітами, як це відбувається в РФ, де 80% населення вказують, що основним джерелом інформації для них є телебачення, відбулися значні довгострокові зміни в світоглядах людей, відновилось панування великодержавного шовінізму, імперських амбіцій, відчуття вседозволеності, ненависті до ідеї незалежності та самостійності України.

Згідно з Гарольдом Лассвелом, який створив теорію пропаганди, остання є чимось більшим, ніж простим використанням медіа, щоб брехати людям в ім'я контролю над ними. Пропаганда поступово готує людей до прийняття нових ідей, спираючись на детально розроблену стратегію розповсюдження та культивуваці нових символів та сильних емоцій, які з ними пов'язані (сценарії РосТБ про розп'ятого маленького хлопчика), яка призводить до виникнення еталонних символів та колективних емоцій. Лассвел аналізував комунікацію, використовуючи ідеї біхевіоризму та розглядав як стимул інформаційне повідомлення, яке діє подібно «чарівній кулі» та сприймається свідомістю реципієнта, впливаючи на його ідеї, почуття, мотиви та дії. На його думку, людський мозок нездатний протистояти потужним, цілеспрямованим повідомленням (пізніше потім він відмовився від цього постулату).

Міцна підтримка громадською думкою РФ частково пояснюється феноменом, відкритим групою вчених Єльського університету під керівництвом Карла Ховланда, згідно з яким людина у всіх випадках прагне до збереження цілісної картини світу, тому дуже складно замінити її істотні елементи, не зачіпаючи її в цілому.

Американський дослідник австрійського походження, Поль Лазарсфельд сформулював свою знамениту теорію «лідерів думок», яка залишається актуальною та може бути застосована до аналізу інтернет-аудиторії. Відповідно до Лазарсфельду ЗМІ діють на споживача інформації не безпосередньо, а опосередковано, через людей, думка яких значуща для членів первинної групи, з якими вони обговорюють отриману новину, і на основі цих обговорень формується як розуміння інформації, так і визначення її значущості. Ці лідери думок існують у всіх сферах суспільства, на всіх його рівнях соціальної ієрархії та впливають на тих хто займає з ними однакову позицію за суттєвою ознакою. Попри те, що зараз майже всі новинні агентства мають офіційні акаунти в соціальних мережах, значна роль належить лідерам громадської думки, в тому числі блогерам, які інтерпретують інформацію, отриману з офіційних джерел і дають їй свою оцінку. Особистість і ЗМК зараз розглядаються як рівнозначні джерела інформації. Лідери думок в інтернеті стають гейткіперами (вони є одночасно і репортерами, і редакторами, які збирають та відбирають інформаційні повідомлення, що потім розповсюджуються), вони створюють у людей розуміння того, що відбувається в навколишньому світі,

стають експертами, несуть відповідальність за надану інформацію. Гейткіперами також стають алгоритми пошукових сайтів та мереж.

Гейткіпери в традиційних ЗМІ відіграють роль оцінювачів інформації та тих, хто перевіряє її на достовірність, але в Інтернеті не має механізмів, які б зупиняли поширення фейкової інформації. Інтернет створює найбільший за всі часи плюралізм, але функція визначати правдивість і достовірність все більше переходить до отримувачів повідомлень та залежить від їх рівня інформаційної грамотності, здатності зіставляти інформацію, критично мислити. В умовах відсутності демократії та плюралізму, свободи висловлювань в ЗМІ гейткіпери стають «цензорами», що скоординовано поширюють потрібну інформацію створюючи відповідні соціальні настрої публіки.

**Висновки.** Таким чином, теорії комунікації та масової комунікації, розроблені у XX столітті все ще актуальні в цілому, бо пояснюють сутність комунікаційного механізму, а їх застосування має прогностичні властивості. Проте певні положення цих теорій можуть потребувати актуалізації у зв'язку зі змінами умов, ситуації або акторів взаємодії. Тобто чим більш базові речі пояснює теорія, тим менше вона вимагає перегляду та переосмислення. Втім останнє не є показником слабкості теоретичної моделі, а скоріше демонструє наявність можливостей її подальшого розвитку, бо пояснень потребують всі процеси, але не всі з них є універсальними.

### **Список використаної літератури**

1. Курбан О. В. Соціальні комунікації в роботах українських дослідників. *Інформаційне суспільство*. 2010. № 11. С. 58–62
2. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: Лекції. Черкаси : Брама – Україна, 2006. 172 с.
3. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навчальний посібник. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
4. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. й доп. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.
5. Квіт С. М. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
6. Appelrouth S. Classical and Contemporary Sociological Theory: Text and Readings. SAGE Publications, 2020. 920 p.
7. Ritzer G. Modern Sociological Theory. McGraw-Hill Humanities, 2003. 640 p.
8. Акаймова А. Теорія комунікації як проблема теоретичної ідентифікації. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. Вип. 5. 2012. С. 364–372. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend\\_2012\\_5\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2012_5_29) (дата звернення: 15.12.2023).
9. Історія соціології (у 2-х кн.) : навчальний посібник / О. А. Рахманов, С. С. Бульбенюк, Ю. М. Манелюк. Київ : КНЕУ, 2017. 279 с. URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/Department\\_of\\_Administration\\_and\\_Marketing\\_Personn/Rakhmanov\\_istor.pdf](https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/Rakhmanov_istor.pdf) (дата звернення: 15.12.2023).

**Lyashenko N. O., Bolotova V. O. Application of communication theories of the 20th century. In the current conditions of the Russian-Ukrainian war**

*The article states that in the process of analyzing communication, it is expedient to refer to the scientific heritage of scientists of the 20th century, outline current provisions and determine additions to theories required by modern communication practices. It is shown that the factor that actualizes the need to outline the working provisions of these theories is the war as a result of the aggression of the Russian Federation. The theory of symbolic interactionism was considered as the one that emphasized the symbolic nature of communication, the need to supplement Mead's theory was indicated due to the fact that the volume of external impulses has increased many times, meaningful gestures are becoming more difficult to interpret, and the process of assuming a role is complicated. It is noted that new and old axes of social differentiation appear and are reinterpreted, which causes new requirements for the communication of representatives of different groups. The relevance of C. Cooley's provisions is emphasized, it is stated that the formation of the social component of a person is really carried out, first of all, under the influence of primary groups, but in modern society changes have taken place in these groups: the family is becoming smaller in size, unstable, neighbors have reduced their influence on the personality, especially in cities, the circle of friends can now appear not only thanks to real, but also virtual communication. It is pointed out the relevance of Hoffmann's ideas, when under the influence of active Russian propaganda, which consciously uses fabrication in the minds of media users, assessments are formed that are beneficial for representatives of the political power of the Russian Federation.*

*The ideas of the Frankfurt school regarding new technologies of influence on human consciousness, thanks to which such values are formed and such behavior is adopted, which are most beneficial to the ruling elite, are considered.*

*The relevance of Harold Lasswell's theories of propaganda (regarding the gradual preparation of people to accept new ideas thanks to a detailed strategy of spreading and cultivating new symbols and strong emotions) and Paul Lazarsfeld's "opinion leaders" are shown.*

*It is concluded that certain provisions of communication theories of the 20th century may need to be updated due to changes in the conditions, situation or interaction actors, however, the more basic things the theory explains, the less it requires revision and rethinking. However, the latter is not an indicator of the weakness of the theoretical model, but rather shows the presence of opportunities for its further development.*

**Key words:** *communication, mass communication, communication theories, symbolic interactionism, Frankfurt school, theory of propaganda, theory of "opinion leaders".*

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316.334.3

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.2>

**В. В. ГЛАДКИХ**

кандидат філософських наук,  
доцент кафедри соціології та політичних наук  
факультету міжнародних відносин  
Національний авіаційний університет

### ТРІКСТЕРИ ТА ТРІКСТЕРІАДИ В ПОЛІТИЦІ

*В статті проаналізовано архетип Трікстера та особливості сценаріїв поведінки політиків-трікстерів (трікстеріад) на прикладі Володимира Жириновського і Олега Ляшка.*

*Відзначено, що трікстери як архетипи колективного безсвідомого в теорії К. Юнга та юнгіанців можуть вибірково ставати образами для позиціонування політичних лідерів. Такий безсвідомий «вибір» для політичного лідера означає, що в більшості випадків він переходить із табору влади до табору опозиції або псевдо-опозиції.*

*Наголошено, що відповідним Трікстеру політичному сценарію є трікстеріада, яка за змістом співпадає із створенням сенсаційних ситуацій, більшість з яких є «неприємностями в приємному», оскільки містять низку сюрпризів-подвійностей. Сама політична риторика трікстерів відображає амбівалентність: гумор на межі з сумом та гіркотою, схвалення на межі із знеціненням, констатація факту на межі із фантазією, симулякр на межі з «надреальною» істиною, яку неможливо визнати і т.п. Трікстери блазнюють над владою, розхитуючи політичний порядок, займаючи здебільшого ніші політичних маргіналів, авантюристів, пройди та випадкових людей.*

*Констатовано, що в пострадянських соціумах політики-трікстери частіше бувають системними гравцями, і можуть лише здаватися забутками випадковостями. Зазначена обставина зумовлена вираженою театрокраптичністю політики в суспільствах із значними нерівностями, елітні групи яких виявляють своєрідну культурну сором'язливість щодо визнання і, тим паче, соціального діагностування внутрішніх проблем. Пострадянські трікстери як суб'єкти артикуляції незручних для громадської думки реалій суспільства можуть виконувати ролі таких собі живих знарядь зондування соціально-політичних настроїв, виступаючи не самодостатніми фігурами, а виконавцями замовлень структур політичної поліції або олігархічних корпорацій.*

**Ключові слова:** архетип, колективне безсвідоме, архетип колективного безсвідомого, символ, трікстер, трікстеріада, трансгресія, перформанс.

**Постановка проблеми.** Між іміджами політиків та архетипами колективного безсвідомого в теорії і практиці існує стійкий відтворюваний зв'язок. Цей зв'язок відображається у впливі архетипів на стратегії і тактики іміджового позиціонування політиків, а отже, стає помітним їх поведінкових виявах. В найзагальнішому сенсі архетипи як структури колективного безсвідомого дотично до політики можуть підтримувати політичний порядок і стабільність, а можуть розгвинчувати хаотичні процеси. Перехід від порядку до хаосу зовсім необов'язково буває системним, він може бути ситуаційно-зумовленим, часто навіть замовним. Політики-трікстери як виконавці подібних «замовлень» лише частково демонструють самотнісність характеру. В більшості випадків вони уособлюють соціальні очікування, властиві культурним системам конкретних суспільств. В стабільних суспільствах театр і театральне мистецтво є відокремленими від політики. В нестабільних суспільствах політика стає втіленням театру та театрокрації. Це означає зростання значення перформативності і емоційної оцінюваності політики, включаючи розважальну, відволікаючу, зондуючу рольову модель поведінки політиків. Ці рольові моделі відповідають архетипу Трікстера і можуть умовно називатися трікстеріадами. Між політиками-трікстерами в різних суспільствах існують певні відмінності, які потребують самостійного дослідження. Це дослідження є актуальним з огляду на ментальні відмінності політичних еліт в пострадянських суспільствах, щодо яких трікстери виконують обслуговуючу функцію.

**Метою статті** є аналіз архетипу Трікстера та особливостей сценаріїв поведінки політиків-трікстерів (трікстеріад) на прикладі Володимира Жириновського і Олега Ляшка.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В соціальному та політичному житті впливовим чинником є архетипи колективного безсвідомого. Це структури колективної психіки, які утворюють основу для створення особистих образів, можуть ситуаційно або стало задавати соціальне сприйняття великих груп людей та низку особливостей поведінки політичних лідерів.

Архетипи колективного безсвідомого критерійно відрізняються як за змістом особистих образів, так і за спрямованістю впливу, але їх спроможність визначати наповнення різних соціальних та політичних процесів залежить від культурних та політичних особливостей держав. В соціальних та політичних студіях архетипової складової є сенс вести мову не просто про вплив архетипів, але про вибірковий вплив окремих архетипових структур. Адже останні формуються в різних культурних та політичних контекстах, а тому характеризуються різною впливовістю.

В науковій літературі немає консолідованої точки зору щодо побудови єдиної типології архетипів. Аналіз низки праць (К.-Г. Юнг, Е. Нойман, Х. Дікман, Д. Хілман, Е. Афонін, Н. Гордієнко, В. Самохвалов, Е. Афонін,

О. Донченко, Ю. Романенко та ін.) [1–11; 17] дає підстави розрізняти в політиці архетипи державо-формуючі та державо-руйнівні.

У Юнга ми не зустрічаємо подібного поділу, оскільки автор зосереджується на архетипах, які він вважає універсальними щодо людства. Його послідовники (Х. Дікман, Д. Хілман та ін.) [2; 4] також не пропонують повної типології архетипів. В працях українських дослідників (Е. Афонін, О. Донченко, Ю. Романенко) [10; 11, с. 193–200] представлено низку ідей щодо поділу архетипів на загально-людські та етноспецифічні; частина з цих авторів (зокрема Е. Афонін) наполягає на тому, що архетипи не є такими собі статичними структурами, а зазнають певних трансформацій в часі. О. Донченко та Ю. Романенко в монографії двох авторів [17] ведуть мову про «архетипи дистресового досвіду» у культурі Візантії, які стали складовою архетипового фонду української культури і визначають як особливості масової політичної поведінки, так і функціонування державних інститутів.

В психоаналітичних дослідженнях архетипи класифікуються за віковими, гендерно-статевими, сімейно-родинними ознаками (великий батько, велика мати, дівчина, підліток тощо), водночас, відкритим лишається питання про ознаки «потрапляння» тієї чи іншої держави в поле впливу того чи іншого архетипу. На думку автора цієї статті, ці ознаки можуть розпізнаватися в поведінці політичних лідерів, запит щодо яких створює суспільство в період революційних змін, переворотів або електоральних кампаній стабільних або кризових часів.

За часовим критерієм ці політичні лідери можуть бути поділені на дві групи. Перша група – політичні лідери, які персоніфікують так звані «архетипи стабільних часів», чинять центроспрямовано-стабілізуючий вплив на соціальний та політичний порядок. Друга група – політичні лідери, які персоніфікують архетипи кризових часів, чинять центробіжно-дестабілізуючий вплив на соціальний та політичний порядок. Першій групі відповідає диктатура, другій – нестабільні олігархічні, поліархічні або ж схильні до розпаду політичні режими.

**Виклад основного матеріалу.** В цій статті автор не має на меті досліджувати всі архетипи, які зазнають проекцій та персоніфікацій в соціальному та політичному просторі, сфокусувавшись на одному з них, який виявляє себе з найбільшою інтенсивністю в кризові періоди – архетипі Трікстера. Архетип Трікстера персоніфікується в поведінці політичних лідерів, яких можна віднести до категорії пройдь, політичних авантюристів та «гастролерів», професійно-невідповідних дилетантів, випадкових для політики людей, які потрапляють в політику через дисфункції механізмів інституційної селекції в різних надзвичайних ситуаціях. Такі надзвичайні ситуації бувають зумовленими війнами, політичними революціями, економічними кризами,

надзвичайними екологічними ситуаціями та іншими екстраординарними обставинами, які підвищують «шанси» випадкових людей на просотування в органи державної влади, політичні партії та інші інститути та середовища публічної політики.

Для деяких держав суспільств третього світу, Латинської Америки та Африки, які перебувають в стані перманентної кризовості і в історії яких важко виокремити періоди інституційної стабільності, поява лідерів-трікстерів, яку ми будемо називати політичною трікстеріадою, не являє собою чогось екстраординарного.

Водночас для низки держав Європи трікстери та трікстеріади є, радше, периферійними і малотиповими явищами. Така вибірковість вияву трікстерів та трікстеріад може пояснюватись переважанням інституційних політичних систем над персоналістичними і корпоративно-груповими. Лідери-трікстери з більшою імовірністю виявляють себе в контексті других, аніж перших, що легко пояснити раціонально-стабілізуючими можливостями механізмів інституційної селекції в перших і переважанням іраціонально-дестабілізуючих процесів негативної селекції в других.

Трікстери та трікстеріади ставали і стають богами-героями в багатьох культурах, де фігурують ті чи інші типи трікстерів. У міфологіях, фольклорі, різних релігіях ми зустрічаємо персонажів-пройд, авантюристів, шахраїв, шулерів, які ламають соціальні норми, звичаї, стереотипи, створюючи передумови для безладу та розбрату. В індійській «Бхагавадгіті», в «Еді старшій», в українських казках та легендах в сюжеті завжди представлені трікстери, сценарій активності яких аранжований смертю, руйнаціями та різними злочинами.

Атрибутом Трікстера як архетипу негативного героя-пройди дослідники консолідовано вважають лімінальність (межовість), а саме – схильність до перетворення безсумнівного на сумнівне, чіткого і структурованого – на аморфне і крихке, стійкого – на хитке. Трікстер не просто ламає чийсь плани і створює своїм беззаконням неочікувані комбінації. Він також втілює непередбачуваність і інверсію природного порядку, презентуючи парадокси людського існування та потенціалу змін.

В одних міфологічних, літературних, релігійних сюжетах Трікстери представлені духами-туристами, які жартують над людьми та іншими богами (Локі у скандинавському епосі, Гермес у грецькій міфології, Легба в дагомеїській міфології). В інших сюжетах Трікстери стають зловісними фігурами, втілюючи шахрайство, підступність, підлотність і уособлюючи хтиву сексуальну натуру, поводячись при цьому з повним ігноруванням пристойності, в кровожерливий та канібалістичний спосіб (Крішна, Сет).

Аналіз Трікстерів як архетипових образів дозволяє розпізнавати повторювані символічні складники (рисни характеру, тілобудови та патерни поведінки) в різних культурних та політичних середовищах.

Так, П.-К. Кеппінг [7, с. 194] вирізняє два атрибути трікстера: крутнявість розуму та гротескний образ тіла або його окремих частин. Б. Бебкок-Абрахамс [1, с. 147–186] вважає притаманною Трікстерам низки ознак, якщо йдеться про:

- бездомність та мешкання в малоприсаєднаних просторах між космосом та хаосом;
- здатність до імітацій та маскуванню...;
- аморальність, асоціальність (агресивність, мстивість, марносластво, зухвалість, непоко́ра авторитетам тощо);
- зоо-антропний дуалізм, або ж перевертництво (Трікстер постає як людино-тварина, людина з характеристиками тварини/тварин, або навпаки...)» [1, с. 160].

Однак визначальною рисою трікстера є його амбівалентність, двоїстість, парадоксальність і зплутаність [1, с. 160]. Оскільки Трікстери не мають чітко визначених категорій, в яких пересічні люди класифікують реальність, вони мешкають в лімітрофах, є самотніми у натовпах і змішені прикидаються своїми там, де вони насправді є чужими і виявляти ознаки чужості в середовищах, де їх приймають. Трікстери не можуть «уживатися» із звичайними людьми та з елітами, бо їм немає місця «ані на небесах, ані на землі» [1, с. 160].

Амбівалентність дає змогу Трікстерам створювати неприємності на тлі обіцянок щодо жадано-приємного, війну при обіцянках миру, злидні в багатстві та заможності, блуд і розпусту в цноті, бруд в надохайності, хибно-свідчення у правдивих висловлюваннях і, загалом, символізувати дихотомії та парадокси в людському бутті. Наприклад, коли Прометей краде вогонь у богів, він створює основу цивілізації ціною втрати благодатного життя.

Отже, трікстеріада розгортається як низка таких собі «подарунків» із неприємним сюрпризом, які за висловлюванням Кеппінга, є водночас і приємними й необхідними для життя, і, водночас, неприємними і важко отримуваними» [7, с. 205]. Трікстеріада, за логікою Б. Бебкок-Абрахамс втілює екзистенційні протиріччя між індивідністю та колективністю, диктатурою і анархією, самотністю і соціальною всеприсутністю, якої людина воліє позбутися [1, с. 161].

Трікстеріада як сценарна модель архетипу Трікстера в політиці характеризується низкою стійких ознак, серед яких виділимо наступні.

**Перформансність політичної поведінки**, яка є пов'язаною із спрямованим перетворенням появ в публічному просторі на шоу для виборців або інших зацікавлених глядачів і спостерігачів. Загальна шоуїзація стає не просто технологією фокусування уваги, але змінити цільове призначення політики, перетворити її із сфери прийняття рішень на сферу символічних ігор. Трікстерам подібні перетворення дійсно вдаються, і вони можуть отримувати від них політичні бонуси у вигляді прирощення рейтингів та електорату.

**Амбівалентні політичні висловлювання і дії з «подвійним значенням»**, які створюють шизофренічні ефекти в свідомості учасників медіа-простору. Цілком нормальним для трікстерів є невідповідність між словами і діями, між рішеннями-практиками і декларованими точками зору. Такі способи впливу на оточення мають збивати (його) оточення з пантелику і швидше йти на поступки тріксетру, щоб не потрапляти в нові розставлені ним пастки.

**Трансгресійні вияви**, які знаходять вираження у багаточисельних скандалах та ситуаціях нехтування конвенційною ввічливістю. Один з дослідників трансгресії Л. Лангман вважає її «однією з важливих ознак культурного «прогресу», принаймні з точки зору лібералізації соціальних вірувань і практик і наближення того, що раніше вважалося девіантним, до нормального, або ототожнення з останнім. Автор наводить як приклад нормалізації (порно)сексуальності випадок відносин Стормі Деніелс, порнозірки, яка зустрічалася з президентом Трампом...». Автор зауважує, що «...замість того, щоб бути згнєбленою, публічність просунула її (Стормі Деніелс) кар'єру – і, можливо, зашкодила...» самому Трампу [8].

**Послугування (само)іронією та їдким гумором** як вербальною зброєю щодо опонентів. (Само)іронія та їдкий гумор за логікою Ф. Ніцше стають вбивчими знаряддями щодо могутніх і сильних світу цього. Йдеться про сміх як доступну для нижчих верств психологічну зброю, яка знецінює аристократичну пиху та зверхність.

**Популістичність та «охлоти́чність» риторики**, яка вибудовується з розрахунку на «людину з вулиці» та зачіпає теми, значущі для пересічних людей.

**Ексцентрична невербальна комунікація**, жестика, міміка та пантоміміка, створення символічних рядів, які відзначаються зневагою до умовностей та руйнування іміджу пристойності.

Російський та український політикум не утворює виключення в аспекті присутності та активної ролі політиків-трікстерів як фігурантів парламентської діяльності та електоральних процесів. При цьому особливістю російської трікстеріади є її провладна спрямованість, зв'язок із силовими структурами, в той час як українська трікстеріада відзначається зв'язком із олігархатом та тіньовими групами впливу.

В пострадянських державах важко буває навіть уявити політично автономних суб'єктів, які дозволяли б собі спонтанні вияви особи в політичних процесах. Загальна зумовленість такого стану речей пояснюється деконструйованістю механізмів самоорганізації та громадянської ініціативи.

Таблиця 1

Трікстеріада О. Ляшко та В. Жириновського

| Особливості трікстеріади                                           | О. Ляшко                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | В. Жириновський                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                  | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Перформансність політичної поведінки                               | До перформансних і епатажних виявів політичної поведінки Олега Ляшка можна віднести сварки і бійки з політиками в прямих ефірах і в залі Верховної Ради [15], використання лайливої лексики («скотиняки»), ходіння в наряді на кшталт «опитувань» людей в громадських місцях, публічних загравань з бабусями-пенсіонерками, провідування дітей-сиріт у дитбудинках та військових у шпиталях тощо                                                                                                                        | В етері телеканалу «Дождь» ведуча Ксенія Собчак тролить Жириновського на предмет участі у виборах, які сам Жириновський називає профанацією. При цьому ведуча задає питання про те, як можна брати участь у профанації. Жириновський нітрохи не засмучується, коли ведуча натякає йому на те, що до 2014 року він був в опозиції, а після 2014 року перейшов у справжню опозицію (тим самим вона вказує йому на перформансність його поведінки). Жириновський продовжує заперечувати їй, що в усьому світі проводять вибори і що, якщо ми, мовляв, їмо шоколад-фальсифікат і п'ємо чай поганої якості, то чому б не проводити вибори? На етері Соловйова «Посединок» Жириновський зривається на Аллу Пугачову, моралізуючи з приводу її справи «змінювати чоловіків кожні п'ять хвилин». В ході своєї перформансної промови він «вболіває» за бідний простий російський народ, з яким, мовляв, не рахуються в світі [22] |
| Амбівалентні політичні висловлювання і дії з «подвійним значенням» | Після подій 2014 Олег Ляшко спочатку здійснював критику влади і вимагав вести активну боротьбу з сепаратизмом. Опісля виборів партія Олега Ляшка спочатку увійшла до провладної коаліції, потім вийшла з неї через рік, знову перейшовши в опозицію. Ляшко з трибуни Верховної Ради таврує «мерзотників» з провладних партій, при цьому голосуючи в унісон з ними. Попри наявність всіх доказів співробітництва з Ахметовим, Ляшко заперечує це, декларуючи власну «політичну автономію» щодо будь-яких замовлень [16]. | Під час інтерв'ювання Жириновський вдається до позірної образи з елементами самореклами, оскільки назовні висловлює обурення і, водночас, маніакально хизується власними партійно-політичними і професійними здобутками, так що образа межує із вихвалінням. Сам журналіст ніби підігрує йому, задаючи насмішливе питання про таку «силу-силенну» розуму, на що Жириновський згадує про своє професорство, юридичну освіту, кількість закінчених факультетів, партійне очільництво і... відсутність схвалення на фоні такої кількості відзнак. Від «надлишку розуму» сам він відпочиває, бігаючи за мавпами і роблячи це задля релаксу [22].                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Продовження таблиці 1

| 1                                                                                                 | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Трансгресійні вияви                                                                               | В 2014 році Amnesty International висловлювала занепокоєння неправомірними діями Ляшка у зв'язку із затриманнями та допитами людей на сході України із закликом розслідування інцидентів, зафіксованих на відео та викладених на його інтернет-ресурсах. Ляшко демонстративно викрадав людей, подорожуючи в супроводі мускулястих молодиків із зброєю та одягнених у піксель, які під відеозапис фіксували його похонденки [14–16]. | Жириновський припускається множини епатажних висловлювань вражаючи та дивуючи своїх прихильників та опонентів скандальними витівками, порушенням загальноприйнятих норм і правил. В одному з інтерв'ю він епатує цільову аудиторію оповіданнями про власну прихильність до фізичного насильства та лихослів'я. Він розповідає про те, як танцює, як співає, а потім... як знущається над помічником в манері «живої аеробіки». Мовляв, штанги йому бракує і замість штанги він піднімає помічника, крутить йому руки, мучає, бо має розслабитися [22].<br>У відповідь на зустрічне запитання інтерв'юера щодо того, а що ж відбувається на випадок смерті помічника, Жириновський відповідає, що такий садизм з його боку його оточенню насправді подобається, воно, мовляв, лише радіє від того, що з ним так поводяться, адже він компенсує це потім грошима. На додачу він називає підлеглих лайливими словами («пес поганий», «смердюк», «собака») і вони, мовляв, «не ображаються» [22] |
| Послугування (само) іронією та їдким гумором, який перебуває на межі із самознецінюючим тролінгом | На початку 2017 року Олег Ляшко купив будинок і собі. Йдеться про маєток на 550 кв м і дві земельні ділянки, загальною площею 0,6 га, у смт. Козин (Конча-Заспа). Загальна вартість – 15 млн грн. В інтерв'ю журналістам програми, Ляшко переконує, що будинок придбаний в кредит. Однак ані в декларації, ані в витягу на нерухомість, дані про кредит або іпотеку відсутні [18].                                                  | В інтерв'ю О. Новікову, який називає Жириновського унікумом, Жириновський продовжує його думку, тролінгуючи з приводу своєї винятковості та рідкісності і зауважуючи, що таких як він в Росії можливо, «тисячу чоловік ... Сто політиків, сто вчених, сто спортсменів...» [24]. В трікстерській манері Жириновський продовжує говорити про «величезне навантаження» яке лягає на таких унікумів, слідуючи риториці на грані самовизвищення та самоприниження-самознецінення, що є типовим для трікстерів. При цьому він вдається до позитивних гіперболізацій власного образу, зауважуючи, що він «повинен бути генієм усіх дванадцять годин, цілу добу...говорити на всі глобальні теми» [22].                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Продовження таблиці 1

| 1                                          | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | На запитання журналіста про те, чи він є щасливим із самим собою, інтерв'юєнт продовжує тролінг про шастя із самим собою, про свою всебічну обізнаність, свою реалізованість і, головне, – про те, що його бояться у Раді Європи, дуже бояться, коли він виступає. Завершується це все позитивною гіперболою на грані фолу, яка є настільки ж амбівалентною, наскільки і інші висловлювання, про те, що, мовляв «вся планета мене знає!» [22].                                                                                                                                                                                                               |
| Популістичність та «охлотичність» риторики | Риторичні фігури Ляшка за своєю модальністю є популістськими. Так в частині домовленостей щодо звільнення військово-полонених він обіцяв арештувати «всю російську агентуру в Україні» і сказати «Путіну – забирай своїх і віддай наших». В сфері зовнішньої політики Ляшко пропонував, "замість того, щоб гнути спину перед "партнерами" вимагати від них «виконання Будапештського меморандуму». За умов невиконання документу Ляшко пропонував фантастичний сценарій «відновлення статусу ядерної держави». Загрожуючи перед військовими та їх родинами, Ляшко обіцяв їм поціновування з боку держави, а також надати «соціальні гарантії їхнім сім'ям, а їх самих забезпечити «найсучаснішою технікою, спорядженням, харчуванням та гідними зарплатами»... [14] | Жириновський популістично бреше вдаючись до перебільшень задля поверхневих та марновірних адресатів, розповідаючи журналісту про нещасність власної дружини через можливість лише тричі на рік приділяти увагу родині. Він, мовляв, був створений не для сім'ї, а задля «політичної роботи» Мовляв, його дружина з ним нещаслива, оскільки він був створений не для сімейного життя, а для геополітики. Якби, просторікує Жириновський, він був би пересічним юристом у видавництві з зарплатою 200 рублів, квартиркою, – він міг би дозволити собі робити сімейні справи. Відтак він лише тричі на рік приділяє увагу родині на тлі Ірану та Лівії... [22]. |

Продовження таблиці 1

| 1                                    | 2                                                                                                                                                                                                                          | 3                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                      | Ляшко обіцяв провести «справжню судову реформу», звільнити «всіх старих прокурорів і суддів», а нових дозволити обирати людям «на виборах, як у США», щоб кожен українець знав, «що знайде правду в суді без грошей» [14]. |                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Ексцентрична невербальна комунікація | Ляшко цілує руки пенсіонеркам, бігає з вилами з оголеним торсом, буваючи на фермах, цілує корів, всіляко демонструє себе як «знавця» сепаратистів [17].                                                                    | Жириновський виплескує в обличчя тодішньому нижгородському губернатору Б. Немцову склянку соку у прямому ефірі телепрограми О. Любимова, що спричинило рекламний вибух і дозволило досягти чіткого іміджевого позиціонування як Трікстера [21]. |

**Висновки.** Трікстери як архетипи колективного безсвідомого в теорії К. Юнга та юнгіанців можуть вибірково ставати образами для позиціонування політичних лідерів. Такий безсвідомий «вибір» для політичного лідера означає, що в більшості випадків він переходить із табору влади до табору опозиції або псевдо-опозиції.

Відповідним Трікстеру політичному сценарію є трікстеріада, яка за змістом співпадає із створенням сенсаційних ситуацій, більшість з яких є «неприємностями в приємному», оскільки містять низку сюрпризів-подвійностей. Сама політична риторика трікстерів відображає амбівалентність: гумор на межі з сумом та гіркотою, схвалення на межі із знеціненням, констатація факту на межі із фантазією, симуляр на межі з «надреальною» істиною, яку неможливо визнати і т.п. Трікстери блазнують над владою, розхитуючи політичний порядок, займаючи здебільшого ніші політичних маргіналів, авантюристів, пройд та випадкових людей.

Проте, в пострадянських соціумах політики-трікстери частіше бувають системними гравцями, і можуть лише здаватися заблуканими випадковостями. Зазначена обставина зумовлена вираженою театрократичністю політики в суспільствах із значними нерівностями, елітні групи яких виявляють своєрідну культурну сором'язливість щодо визнання і, тим паче, соціального діагностування внутрішніх проблем. Пострадянські трікстери як суб'єкти

артикуляції незручних для громадської думки реалій суспільства можуть виконувати ролі таких собі живих знарядь зондування соціально-політичних настроїв, виступаючи не самодостатніми фігурами, а виконавцями замовлень структур політичної поліції або олігархічних корпорацій.

В. Жириновський та О. Ляшко персоніфікували архетип трікстера в українській та російській політиці і обидва є наближеними до сценарію поведінки «норма в девіації» та «девіація в нормі». Цей сценарій відображає характеристики перформансності, амбівалентності висловлювань, дій та рішень, трансгресійності, послуговування самоіронією та гумором, популістичності та «охлоти́чності» риторики, ексцентричності невербальної комунікації. Описаний політичний функціонал працює на цільові аудиторії, які є чутливими щодо емоційно-забарвлених месиджів і екстраординарних інформаційних подій сенсаційного змісту. Проте, ці сенсаційні події створюються трікстерами як інструмент дослідження ставлення різних груп населення до влади, оцінки її легітимності, спроможності зносити критичне і негативне ставлення до себе тощо. Жириновський і Ляшко в науковому сенсі не сприймаються як самодостатні лідери із живими характеристиками, а радше як відомчі або корпоративні проекти, призначені для відпрацювання експериментів влади. Трікстеріада є похідною від архаїчної ярмаркової культури, в якій продавці товарів презентують не лише товари, але і розваги. З цим аспектом пов'язані відволікаючі ролі трікстерів в антикризовому менеджменті влади в пострадянських суспільствах. Трікстери не просто працюють на створення сенсацій та скандалів, але і виходять в інформаційний простір задля створення конкуруючих скандальних «домінант» за обставин кризовості влади.

### Список використаної літератури

1. Babcock-Abrahams. «A Tolerated Margin of Mess: The Trickster and His Tales Reconsidered». *Journal of the Folklore Institute*. Vol. 11, No. 3, pp. 147–186.
2. Dieckmann, Hans Komplex: Diagnostik und Therapie in der analytischen Psychologie Springer-Verlag, Berlin, 1991.
3. Herskovits, Melville J. and Frances S. Herskovits. *Dahomean Narrative*. Evanston, IL : Northwestern University Press, 1958.
4. Hillman, D. Archetypal Psychology, Uniform Edition, Vol. 1. 2004.
5. Hyde, Lewis. *Trickster Makes This World: Mischief, Myth, and Art*. New York : Farrar, Straus and Giroux, 1998.
6. Jung, C. G. The archetypes and the collective unconscious (2nd ed.). In *Collected works*, vol. 9i. Princeton : Princeton University Press.
7. Koepping, Klaus-Peter. «Absurdity and Hidden Truth: Cunning Intelligence and Grotesque Body Images as Manifestations of the Trickster.» *History of Religions*. Vol. 24, No. 3. 1985, pp.191–214.
8. Langman, Lauren. *Transgression*. 1–5. 2019.

9. Windling, Terri. «Tricksters by Terri Windling: Winter 2007, Journal of Mythic Arts, Endicott Studio.» *Endicott Studio of Mythic Arts and Journal of Mythic Arts*. Web. 1 Dec. 2009. URL: <http://www.endicott-studio.com/rdrm/rtricksters2.html>

10. Афонін Е., Мартинов А. Українське диво: від депресії до соціального оптимізму : монографія. Київ : Києво-Могилянська академія, 2019. 294 с.

11. Афонін Е., Мартинов А. Архетип і соціальне: взаємодія і взаємовпливи. *Публічне управління-теорія та практика*. 2013. № 6. С. 193–200.

12. Олег Ляшко: що треба знати про кандидата в президенти. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-46825870>

13. Експерти: чому Ляшко оголосив про вихід з коаліції/ URL: [https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2015/09/150901\\_coalition\\_lyashko\\_vc](https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2015/09/150901_coalition_lyashko_vc)

14. Бійки депутатів від Ляшка зірвали засідання Верховної Ради. URL: [https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2015/03/150303\\_lyashko\\_rada\\_scuffle\\_vc](https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2015/03/150303_lyashko_rada_scuffle_vc)

15. Коровам – 5 тисяч гривень, виборцям – безпечну шаурму. Що обіцяє кандидат у президенти Олег Ляшко URL: <https://vybory.pravda.com.ua/articles/2019/03/28/7149932/>

16. Рятівник Ляшко: звідки беруться і на що витрачаються радикальні мільйони. *Волинські новини*. URL: <https://bihus.info/rativnik-lasko-zvidki-berutsa-i-na-sovitracautsa-radikalni-milioni/>

17. Донченко О. А., Романенко Ю. В. Архетипи соціального життя і політика (Глибинні регулятиви психополітичного повсякдення) : монографія. Київ : Либідь, 2001. 334 с.

18. Скандал в ефіре: Жириновский, Немцов и вылитый апельсиновый сок (1995 год). URL: [https://www.youtube.com/watch?v=BCeScpE4Oks&t=2s&ab\\_channel=RVISION%3A%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D0%BE%D0%B-V%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB](https://www.youtube.com/watch?v=BCeScpE4Oks&t=2s&ab_channel=RVISION%3A%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D0%BE%D0%B-V%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB)

19. Владимир Жириновский в программе Собчак (2014). URL: [https://www.youtube.com/watch?v=jn06MhHGQ-4&ab\\_channel=%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%94%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D1%8C](https://www.youtube.com/watch?v=jn06MhHGQ-4&ab_channel=%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%94%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D1%8C)

20. Жириновский оскорбил Пугачеву на передаче Поединок. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=KLby5BEojVc&ab\\_channel=MIGTVR](https://www.youtube.com/watch?v=KLby5BEojVc&ab_channel=MIGTVR)

21. Один на один 1995. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=EGSNBjBv8g4&ab\\_channel=%D0%92%D0%98DgitalViD](https://www.youtube.com/watch?v=EGSNBjBv8g4&ab_channel=%D0%92%D0%98DgitalViD)

22. Интервью с Жириновским, опубликованное агентством Vlasti.net. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.inter-view.org/inv/116.htm>

### **Gladkyh V. V. Tricksters and tricksteriads in politics**

*The article analyzes the archetype of the Trickster and the peculiarities of the behavior scenarios of trickster politicians (tricksteriads) using the example of Volodymyr Zhirynovskiy and Oleg Lyashko.*

*It is noted that tricksters as archetypes of the collective unconscious in the theory of K. Jung and the Jungians can selectively become images for the positioning of political leaders. Such an unconscious “choice” for a political leader means*

*that in most cases he moves from the camp of power to the camp of the opposition or pseudo-opposition.*

*It has been emphasized that the corresponding Trickster political scenario is the tricksteriad, which in content coincides with the creation of sensational situations, most of which are "trouble in the pleasant", as they contain a number of double surprises. The very political rhetoric of tricksters reflects ambivalence: humor on the border with sadness and bitterness, approval on the border with devaluation, statement of fact on the border with fantasy, simulacrum on the border with "surreal" truth that cannot be recognized, etc. Tricksters fool around in power, shaking up the political order, mostly occupying the niches of political marginals, adventurers, crooks and random people.*

*It has been established that in post-Soviet societies, politicians-tricksters are more often system players, and can only seem like stray accidents. This circumstance is due to the pronounced theatricality of politics in societies with significant inequalities, whose elite groups show a kind of cultural shyness regarding recognition and, even more so, social diagnosis of internal problems. Post-Soviet tricksters, as subjects of articulation of the realities of society that are inconvenient for public opinion, can perform the role of such living tools for probing socio-political moods, acting not as self-sufficient figures, but as executors of the orders of political police structures or oligarchic corporations.*

**Key words:** *archetype, collective unconscious, archetype of collective unconscious, symbol, trickster, tricksteriad, transgression, performance.*

УДК 316.273

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.3>

**Н. М. ГОРДІЄНКО**

доктор соціологічних наук, професор,  
проректор з наукової роботи та інноваційної діяльності  
Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна  
навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради

## **ЦІННІСНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ІДЕНТИЧНОСТІ В СИМВОЛІЗМІ УКРАЇНСЬКОЇ КАЗКИ (НА ПРИКЛАДІ КАЗКИ ПРО ЛУГАЯ)**

**Мета дослідження.** Метою статті є розкриття змісту окремих архетипів, символів та ідентичностей в сюжеті казки про Лугая.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження використано загальнонаукові теоретичні методи: історичний – у процесі огляду першообразів-архетипів та символів в сюжеті казки про Лугая; порівняльний – в процесі огляду поглядів науковців на зміст та суть окремих архетипів, символів та ідентичностей в сюжеті казки про Лугая; аналізу і типологізації – в процесі формулюванні узагальнень.

**Результати дослідження.** Казки будь-якого народу в своєму сюжеті містять низку першообразів-архетипів та символів, які розкривають зміст типових для культури цього народу ідентичностей. Ідентичностям відповідають архетипи у вигляді сценаріїв-першообразів. Символічний простір казки містить символи-образи, які реферують із архетипами та ідентичностями конкретного суспільства. Етноспецифічні вияви ідентичностей козака-характерника, представлені в сюжеті казки, реферують із декількома архетипами, з яких центральну роль відіграють архетипи Відуна і Трікстера. Відун характеризує козака-характерника, який через магію змагається із духовними сутностями.

**Новизна.** В процесі проведеного теоретико-методологічного аналізу проблеми сформульована власна позиція щодо цінностей та прояву соціальної ідентичності в символізмі української казки.

**Практичне значення.** Сформульована точка зору на розкриття змісту окремих архетипів, символів та ідентичностей в сюжеті казки про Лугая надають можливість розширити теоретичні знання з проблеми ціннісних та соціальних ідентичностей в символізмі казки української соціологічної думки.

**Ключові слова:** ідентичності, ціннісні ідентичності, соціальні ідентичності, архетипи, символи.

**Постановка проблеми.** Казки будь-якого народу в своєму сюжеті містять низку першообразів-архетипів та символів, які розкривають зміст типових для культури цього народу ідентичностей: релігійних,

світоглядно-філософських, ідеологічних, соціально-моральних та ін. Ідентичностям відповідають архетипи у вигляді сценаріїв-першообразів, в яких із героями та героїнями трапляються події, в яких, в свою чергу, розкриваються вибірково інтерналізовані сенси, що наповнюють ці ідентичності.

Ці символічно-образні складники є значущими не самі по собі, а є наборами прихованих конотатів, які через уяву формують психобіографічні траєкторії окремих осіб як складові соціальних траєкторій, а через останні – мережі соціальних зв'язків та ключові соціальні страти. Саме тому розуміння символічних конотатів має важливе значення для визначення спрямованості інкультурації та соціалізації як процесів формування культурно- і соціально-типізованої психіки особи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналізу символізму казок як самостійній темі дослідження приділяли увагу як соціологи, так і соціальні психологи, психоаналітики та культурологи, оскільки сама тема дослідження вважається міждисциплінарною. В соціальній психології та соціальному (юнгіанському) психоаналізі символи казок, архетипи та ідентичності досліджувалися в працях Х. Дікмана, Дж. Хілмана, Е. Ноймана та ін. [8; 9; 10].

Ключовими ідеями цих творів є постулювання зв'язку між символами, архетипами, афективними комплексами і простором казкового сюжету як символічної системи переробки тих чи інших індивідуально- або соціально-психічних проблем. Так, Дж. Хілман розглядає архетипові захисти особистісної психіки як засоби подолання травматичного досвіду. Е. Нойман присвячує низку своїх праць розумінню архетипів та символів як складників культурних ідентичностей.

Серед соціологічних досліджень символів в соціології культури та соціології мистецтва варто відзначити праці В. Бурлачука, Р. Шульги, Н. Костенко, А. Ручки, Ю. Романенка [3; 4; 7]. Автори присвячують свою увагу дослідженню символів як ціннісних структур влади (Р. Бурлачук), соціальної зумовленості мистецтва (Р. Шульга), історико-соціологічним аспектам філософії цінностей (А. Ручка), комплексному дослідженню візуальної аналітики та соціології візуальних символів як міждисциплінарної метатеорії, яка дозволяє побудувати модель концептуальних рекурсій в системі «культура-соціум-психіка-тіло».

**Виклад основного матеріалу.** Українська казка, як складова художньої культури, є простором презентації як структур надсвідомого безсвідомого, якими є ціннісні ідентичності, спрямованості, ієрархії цінностей як складники аксіосфер різного змісту, так і досвідомого безсвідомого, якими виступають архетипи колективного без свідомого, як психічні структури соціальних спільнот, змістовно представлені єдністю образів осьових суб'єктів культурної системи, скриптів розгортання їх активності як у віртуальному, так і в реальному світі та особливостях впливу на поведінку окремих акторів художніх сюжетів [3, с. 40–133].

Казкові сюжети відображають у символічно-фантастичній формі уяви конструкти ціннісної свідомості та її розгортання у життєвих практиках. При цьому представлені в сюжеті казки персонажі та сюжетні лінії їх взаємодій представляють як аксіосферно-надсвідоме, так і ціннісно-значуще колективне безсвідоме.

Прикладом презентації ціннісних ідентичностей у візуальних образах казкового сюжету може бути казка про Лугая. Початок казки визначає розстановку ціннісних ідентичностей (зокрема, в сфері моральної свідомості), похідних від них спрямованостей та ціннісних ієрархій, з одного боку, а з іншого боку, йдеться про архетипи та співвідносні із ними символи.

В працях К.-Г. Юнга [цит. за 5, с. 21] архетипи умовно поділено на п'ять груп: так звані універсальні архетипи (его, тінь, аніма/аніміс, самість (жіноча та чоловіча); архетипи сімейного кола (мати в її життєдайному та життєруйнівному модусах, батько в аналогічних модусах); архетипи юнацького кола (принцеса, спокусниця, юнак/юнка, волоцюга, полювальник); архетипи героїчного кола (герой, злодій, амазонка, жінка-полювальниця); архетипи магічного кола (жриця, відьма, чаклунка; мудрий старець, трикстер (чорний чаклун).

Початок сюжету вказує на протиріччя між оцінкою виявів ідентичності вояка (яка відповідає архетипу героя) в анонімному соціальному оточенні («одна баба») та в родинному мікросередовищі (мати хлопця, який виявляє первинні ознаки ідентичності вояка-героя та його батька, який стає ретранслятором анонімного соціального оточення). Оцінка анонімним соціальним оточенням виявів мілітарної агресії хлопця є негативною, оскільки з боку анонімного персонажа «однієї баби» звучить вимога покарати хлопця за його прояви агресивності, злості, войовничості.

Батько фактично ретранслює негативну оцінку анонімного соціального оточення, не надаючи хлопцю підтримки, отже, виявляючи ознаки архетипу жакливого батька. Мати, навпаки, надає підтримку та бажає хлопцю набути невідомої для нього героїчної ідентичності Лугая (сам зміст цієї героїчної ідентичності розкриється в сюжеті пізніше). Таким чином, в її образі розкриваються наставницький потенціал Великої матері, рівень моральності якої є вищим за батька, а отже, здобуває вищу, порівняно з ним, морально-ціннісну та гендерну ідентичність. Разом з цим, така ситуаційна заміна не може вважатися випадковою, оскільки через мати розкривається архетип Доброго Батька, вона бо задає хлопцю первинну (хоча і неекспліцитну) спрямованість, стаючи носієм Закону, порядку та традиції.

Хлопець сприймає її побажання як імператив і вирушає в дорогу. Сам шлях пошуку є неспрямованою спрямованістю, отже, ініціацією ідентичності юнака-вояка, яка конкретизовано втілюється в демоноборчому скрипті і зустрічі із Лугаєм як персоніфікацією архетипу Героя. Юнак стає Героем саме через зустріч із персоніфікацією архетипу

Героя, наслідування поведінки якого дозволяє йому як здобути ідентичність вояка-демоноборця, так і через агональну дію виявити нумінозну силу самого архетипу [2].

Пошуки юнака, який ініціюється як герой і зазнає як архетипової, так і ідентитарної трансформації протягом тривалої подорожі («Ходив світами, сто країв обійшов. У тих мандрах минуло багато часу») завершуються зустріччю із невідомим для нього чоловіком у степу. Сам чоловік, який спить у степу, персоніфікує архетип героя-вояка-козака як етноспецифічний архетип української культури. Юнак має прийняти рішення щодо реалістичного або магічного способу здобуття войовничості. Перший спосіб характеризує справжню ідентичність, другий – позірну. Юнак віддає перевагу справжній ідентичності, бо відмовляється рубати голову невідомому чоловікові, не дізнавшись першопочатково, хто він є.

Надалі в сюжеті казки ідентичність Лугая, як персоніфікації архетипу героя-вояка-козака, розкривається через дзеркальні міркування, оскільки Лугай в своїх міркуваннях також відмовляється від того, щоб самочинно позбавити життя невідомого хлопця. Таким символом дзеркальних міркувань казка демонструє неусвідомлену нарцисичну дзеркалізацію юнака і героя, що свідчить про те, що юнак зустрів свого героя, з яким він може ідентифікуватись і набути рис нової ідентичності та отримати пасіонарну силу архетипу [2].

Лугай, як герой-вояк-козак, носій етноспецифічних мілітарних ідентитетів української культури та провідник архетипової пасіонарності виявляється не просто носієм мілітарних якостей. Символізм сюжету казки «прив'язує» його ідентичність та архетипову складову до демоноборця. Він б'ється із чортами, причому із множиною чортів, які утворюють мікропандемоніум, що є представленим в символізмі числа дванадцять. Отже, інтерналізованими сенсами самого Лугая є демоноборчі активності, через що сам Лугай може бути ідентифікований через архетипову бінарну логіку як носій янголоморфних ідентичностей.

В розповіді Лугая згадується королева, яку у нього вкрали чорти. В архетиповому символізмі архетип Королівни (Принцеси) є дотичним до архетипів юнацького кола і змістовно співпадає з міфологією дівчини, яка поводить себе і фліртуозно, і інспіраційно. Лугай, як юнак-герой (якщо враховувати його потребу у пошуку дівчини) реалізує ініціацію, в ході якої відбувається архетипове «доукомплектування» його психіки Анімою. В юнгівському розумінні Аніма уособлює чоловічу «м'якосердність», «чуттєвість» і досвід контакту чоловіка з жінками, який відтворюється в його позитивному або негативному поводженні з останніми [2].

Цінність пошуку жіночого в чоловічому характеризує не стільки повсякденну свідомість як таку, скільки аксіосферу мистецтва та ідеалів, які інкультуруються в казковому сюжеті і дозволяють розглядати жіночий образ як надихаючий щодо чоловічої активності. Аніма

в сюжеті казки виявляє таку міру владності над душею хлопця, який в другій частині казки стає Лугаєм-молодшим, він готовий полізти за чортом у прірву (безодню), що символізує саму смерть.

Дівчину-аніму хлопець Лугай-молодший зустрічає в печері («Заліз у прірву. Пішов собі, роздивляється. Іде далеко, іде довго. Дивиться, аж велика печера, а в печері сидить дівчина»), що в аспекті архетипово-символічного бачення виражає глибинно-екзистенційне значення межового досвіду життя на грані смерті, як події духовно-трансформаційного типу. Означена духовна трансформація стається в аспекті вияву альтруїзму та солідарності Лугая-молодшого із Лугаєм-старшим. Лугай-молодший розуміє, що він не може забрати собі Аніму Лугая-старшого. Це відбувається з мотивів неусвідомленого братерства, яке, тим не менш, створює моральні перепони для привласнення дівчини і спонукає Лугая-молодшого привести дівчину до Лугая-старшого.

Лугай-молодший надалі перетворюється на героя, який здобув дещо значущіше в порівнянні з Анімою – готовність до боротьби з Уроборосом. В праці Е. Ноймана «Походження та розвиток свідомості» [8] Уроборос символізується змієм, який поїдає самого себе, закусуючи власного хвоста. Образ Уробороса уособлює відсутність чітких меж між життям і смертю, скінченням і нескінченням, любов'ю та ненавистю, жіночим та чоловічим та ін.

Загалом йдеться про недиференційованість, деперсоналізованість психічної системи, яка зберігає таку саму культурно-ціннісну та соціальну недиференційованість. Кристалізація свідомості Героя, яка уособлює полюс маскулінної психіки та соціальності, супроводжується сепарацією із Вселенськими батьками, подоланням інцесту і виходом на рівень протиборства із силами хаосу та темряви. Важливість ініціальних подій такого штибу визначається результатом у вигляді агональної волі, яка потребує ціннісного живлення, інакше бо стає паралізованою через знесмищення.

Це живлення із аксіосфери несвідомого відповідає зустрічному живленню із досвідомого, яке є представленим архетипами. Повнота життєздійснення потребує зустрічі тваринного і янголічного в людській свідомості, яка має інтегрувати інстинкти і цінності.

Заради своєї Аніми, яка, на відміну від Аніми Лугая-старшого постає в образі невільниці, юнак, набувши ідентичності Лугая-молодшого, також має битися з уроборичним кластером зміїв. Перед тим Лугай-молодший має пройти через ініціацію битви з пандемоніумом, як і Лугай-старший. Сюжет подає дві магичні битви як дві магичні перемоги. В цих перемогах юнакові Лугаєві-молодшому допомагає чарівна шабля, якою він перемагає як чортів, так і зміїв. При цьому сам образ Аніми Лугая-молодшого (жіночої складової) зображується як закутий в ланцюги.

Отже, частина чоловічих афектів виглядає як ще в більшій мірі обтяжена різноманітними обмеженнями, а отже, і в більшій мірі

архаїчна, що стане зрозумілим надалі. Архаїчність емоцій хлопця, а отже, їх нерозкритість, нерепрезентативність, тінізованість щодо свідомості розкривається і в тому, що йому доводиться звільняти ці емоції від множинних уроборичних зв'язків. Ці зв'язки позначають соціальне та психічне злиття із предками, представленими, вочевидь, не лише батьком і матір'ю, але і іншими родичами в кластерній родині.

Проте, виявляється надалі, що дві баталії заради Аніми (із пандемоніумом чортів та множинним уроборосом) є лише прелюдіями до баталії із найвищим за старшинством чортом – Ліктебородою. Юнака спонукає до цього його прив'язаність до Аніми, оскільки він, за символізмом сюжету, не стільки опановує власні емоції, скільки йде за ними, отже, виявляє хибну для воїна екзекутивність. Остання символічно постає у виборі простору мешкання. Юнак воліє обрати простором мешкання степ, а дівчина – приморське узбережжя.

Юнак поступається дівчині і згоджується жити надалі біля моря. Але життя в степу на суходолі і життя біля моря розкриваються як символічні відповідники свідомої гармонізації простору і хаотичній мінливості несвідомого. Образ моря постає як колективне несвідоме. Водночас, юнак на несвідомо-символічному рівні погоджується під навіюванням дівчини на видозміну власної ідентичності – з військового-степовика і козака на рибаря і торговця.

Не доводиться дивуватися тому, оскільки звільнення від впливу емоцій, як архаїчної психічної функції (а отже, і архаїчної соціальної залежності), мало б відбуватися через опанування Аніми. Проте, останнє стає проблематичним саме через обставини, на які в самому сюжеті прямо не вказано і про які можна лише здогадуватися.

Сенека досить влучно висловлювався у своїх афоризмах про те, що золото випробовують вогнем, жінку – золотом, а чоловіка – жінкою. Дівчина надалі випробовує чоловіка, даючи йому можливість в магічний спосіб отримати розкішне житло у вигляді палацу. Символом спокуси виступає яблуко<sup>1</sup>, яке в старо-заповітній символіці уречевлює собою обезбожене (антропоцентричне) пізнання, що є гріховно-відступницьким саме через втрату зв'язку із Богом,

---

<sup>1</sup> В легенді скандинавського епосу про Локі та Ідуна колись під час мандрівок Мідгардом (земним світом), Один, Локі і Хенір зупинилися на відпочинок. Однак орел, який прилетів нізвідкіль, почав заважати їм смажити м'ясо і вимагав собі кращих шматків. Тоді Локі, щоб відігнати орла, вдарив його палицею. Тут він і попав у пастку, оскільки орел виявився велетнем Тьяцці, що увійшов у пташиний образ, щоб ввести богів в оману. Тьяцці забрав Локі в своє житло і погодився випустити тільки в тому випадку, якщо Локі допоможе йому заволодіти богинею Ідунн, власницею золотих яблук, які дарують молодість, на що Локі змушений був погодитися. Він заманив Ідун у пастку і передав її Тьяцці. Однак боги, втративши своїх товаришів з яблукми, почали старіти і підійшли до Локі із загрозами вбити його, якщо він не поверне все на своє місце. Тоді Локі, навернувшись соколом, знову полетів до Тьяцці, викрав Ідун і приніс її до Асгарду, міста богів, а Тьяцці, який переслідував його, був вбитий богами.

як джерелом вічного життя. Створений через кидання яблука палац виявляється земною ефемерією небесного життя, яке завжди різниться від спіритуальної реальності своєю кінцевістю, незавершеністю і перервностію.

В другій частині казки розкривається інфернальна сутність уроборичної залежності та архетипового інцесту, який міститься в неспарованих відносинах між дівчиною та її батьком. Сам батько при цьому укладає конкордат із Ліктебородою, по суті, очільником чортів. Подібна демонізація образу батька дівчини є продовженням негативного маркування образу батька хлопця на початку казкового сюжету, що пояснюється особливим соціогендерним статусом чоловіцтва та жіноцтва в гендерній культурі.

Матеріалістський статус жіноцтва, представлений в публікаціях українських дослідників як предмет аналізу [4], демонструє неабиякі ціннісно-стандартизуючі спроможності жінок, а отже, і їх високий авторитет в системі соціальної моралі. Жінка-мати щодо чоловічого світу не просто займає визначену культурну дистанцію, вона володіє певною апріорною мудрістю, яка завжди перевершує мудрість чоловіка і, тим паче, його морально-етичні можливості.

Батько нареченої діє деспотично-інструментально, коли дізнається про незгоду Лугая-молодшого приїхати до себе у відповідь на своє запрошення. Хтонічна сутність архетипу Уробороса розкривається через гнів та лють, якими запалився батько, отримавши зухвалу відповідь Лугая через послів. Нестримне задоволення спрямовується не стільки на те, щоб створювати життя, скільки на те, щоб його руйнувати. Тож ознакою уроборичних соціально-психічних станів стає насолода деспотичним розпорядництвом життям і смертю інших.

Як одержимий уроборосом і уроборично-танатичними емоціями, батько вирішує змовитися із очільником, що в символізмі поєднує уроборичне, танатичне і демонічне, а отже, хтонічно-безсвідоме, смертоносне і духо-відступницьке водночас.

Дівчина, за сюжетом казки, перебуває не лише в несвідомому інцестуозному зв'язку із батьком, але і в змові з Ліктебородою. Щодо Ліктебороди, вона перебуває в духовній супер-позиції, що підтверджується його запитанням до дівчини, чи бажає вона, щоб Лугай-молодший його (Ліктебороду) вбив. Знаковим в аспекті духовного символізму тут є вищість дівчини щодо Сатани, як могутньої духовної сутності (оскільки Ліктеборода, як очільник чортів, співпадає із Біблійним образом Сатани), оскільки дівчина не просто обирає між вбивством Лугая та Ліктебороди (чим демонструє владу над другим), а ще й наказує Ліктебороді вбити Лугая в певний спосіб. Надалі в сюжеті мати Лугая постає в архетипі магині-мудрої Стариці, яка в чарівний спосіб відновлює тіло сина, символічні паралелі якого фігурують в релігійно-міфічній свідомості Єгипту. Хрестоматійним символом тут може бути

міф про Озіріса (Осіріса)<sup>2</sup>, який описує ініціацію як ритуал внутрішнього народження через знищення. Сам по собі ініціальний мотив в єгипетській версії міфу також супроводжується втратою геніталій і, отже, неможливістю завагітніти для Ісіді, яка віддає перевагу тому, щоб завагітніти від сокола, аніж лишитися безплідною. Відмінності між магічними аспектами Великої матері в єгипетському міфі, тим, не менш, істотно різняться щодо української символіки.

Пояснюється це, зокрема, відмінностями між спіритуалістичними та зоолатричними релігіями. Останні наближені до тваринної природи, а, отже, припускають магічні дії в межах припустимих для єгипетської уяви способів біологічного відтворення. В аналізованому сюжеті української казки мати Лугая отримує досвід безпосереднього спостереження за боротьбою чортів та використання ними магічної травички.

Отже, мати Лугая в архетипі Великої матері наділяється здібностями до духобачення та воскресіння мертвих, подібно до Христа. Остання властивість архетипу свідчить про прирівнювання цих двох архетипів колективного безсвідомого одне до одного (Велика Мати дорівнює Христу), точку зору на що поділяє низка дослідників з тематики соціології гендеру.

Надалі Лугай отримує доступ до магічних яблук та груш, які дозволяють йому отримати владу над своїм одержимим тестем та Ліктебородою. По суті розгортається така собі трикстеріада, в якій приймає участь сам Лугай і його жінка, які шниють в дурні самого очільника чортів. З'ївши яблук та груш, сам Ліктеборода та його гості отримують символ ошуканості сильного – роги. Лугай через позначені поведінкові трансформації стає одержимим архетипом Трікстера-відуна (ворожбита). Ворожбитськими здібностями, за відомостями низки дослідників, володіли козаки-характерники, що характеризує їх культурні та соціальні ідентичності.

---

<sup>2</sup> Міф про Осіріса оповідає про божествену тріаду з Осіріса, Ісіді та їхнього сина Гора. Згідно сюжету, коли боги зібралися разом, Осіріс набирав сили і був запрошений до цього зібрання разом із своїм конкурентом-антагоністом – Сетом. Сет перебував в образі крокодила. Під час зустрічі богів Сет підступно пропонує подарувати чудову скриню богам, зріст якого співпадає з її розмірами. Зріст жодного з богів не співпав із розміром скрині, окрім зросту Осіріса. Як тільки Осіріс розмістився у скрині, Сет запечатав її оливом і викинув до Нілу. Тіло Осіріса в скрині подорожувало Середземним морем, де прибилося до берега. Порятунком Осіріс здобуває від дружини Ісіді, магіні-чарівниці, яка використовує магічне люстерко для знаходження Осіріса. Сет подрібнює тіло Осіріса на якусь кількість шматків, розкидаючи їх по всій землі, щоб Ісіда не змогла зібрати його. На допомогу Ісіді приходить Анубіс, який збирає всі шматки тіла Осіріса (за винятком геніталій) і віддає їх Ісіді, яка створює нове магічне тіло для Осіріса. Проте, через його вимушене безпліддя, Ісіда за допомогою магічних ритуалів починає дитину від сокола, народжуючи сина Гора, який дорослішає і реалізує акт помсти за Осіріса, вбиваючи Сета. Описаний міф є насправді протоміфом про воскресіння героя Великою матір'ю через ініціацію, в якій Велика мати реалізує свої життєтворчі потенції в ситуації фізичного знищення героя.

Образ яблука в світових та етнічних міфологіях, релігіях, поетичних творах є супровідником трікстерів як магічних персонажів, через що саме яблуко набуває значення символу трансформації, ініціації, випробування, спокуси, провокативу. Разом з цим, образ містить низку інших конотацій: цілісності, земних бажань; попередження шкідливості перебільшення матеріальних бажань; першопочатку всіх речей, плодючості; безсмертя та вічної молодості; таємниці гріхопадіння діви Марії; людини; спокуси; дерева пізнання добра і зла; смерті й зла, розбрату і чвар; витримки, самопожертви в ім'я народу, Батьківщини. Яблуко є одним ... з атрибутів язичницької богині Лади (богині гармонії, любові, Матері світу) символізуючи першопочаток усіх речей; безсмертя та вічності (у кельтській міфології образ острова Аваллону, на яком зростали червоні яблука безсмертя; молодості, плідності, фертильності та спокуси/прокляття (скандинавська міфо-поетична система, грецька міфологія, міфологія адигів, Біблія) [1].

Трікстер, як образ пройди, розкривається в низці праць, в одній з яких М. Турчина розкриває наступні особливості Трікстера як архетипа: амбівалентність тобто поєднання полярних властивостей: високого – низького, сакрального – профанного, трансцендентного – іманентного; варіативність – здатність до безмежної кількості перевтілень, модифікацій, перетворень, зміни статі тощо; лімінальність – здатність до трансгресії, позачасовість і позастатусність трікстера як лімінальної істоти; нейтралізуюча (насправді – нуліфікуюча) функція, яка полягає в семантичному перекодуванні культурних опозицій, їх уніщовленні; медіаторність – трікстер виконує функцію медіатора, якому притаманна риса маргінальності; тінізованість – трікстер для авторки є різновидом архетипу Тіні культурного героя (за К. Юнгом) і втілює тіньові позасвідомі риси людини та суспільства); ігрова комічність – трікстер висміює та одночасно стає об'єктом комічного осміяння, підкреслює відносності непорушних істин, виявляючи в них невідповідності; okazionalnıst – випадковість й неочікуваність...; іронічність, яка супроводжує трікстера, стає у сучасних умовах способом психологічного захисту, пристосуванням до нових змін у культурі, шляхом виходу у простір нової креативності); креативність в аспекті порушення межі між опозиціями, трікстер, як один з провідних культурних архетипів, здійснює певний творчий «вибух»; віктимність – він стає сакралізованою істотою, яка часто переходить з реального в ідеальний світ, що є необхідним ... для оновлення впорядкованого світу, повернення до міфологічної першоподії, адже без жертви космос перетворюється в хаос» [6, с. 3–4].

В символічному розумінні роги характеризуються як атрибут влади та могутності, але в сюжеті казки вони стають для Ліктебороди та його гостей символом поразки. Сам Ліктеборода не впізнає Лугая, що виступає як перемога людини над чортом і саме по собі стає маркерним для розуміння відносин людини із духовним світом. Як вже

відзначалося раніше, таке пошиття в дурні дозволяє дівчині Лугая дізнатися у Ліктебороди про джерело його сили.

Боротьба Лугая із Ліктебородою завершується упокоренням орлів, які стережуть золоту діру в горі із скринєю з дванадцятьма шершнями. Гора, як символ, увиразнює сферу ідеального та трансцендентного. В цілому підйом на гору символізує духовне сходження (еволюцію) і наближення до світу духовності, який дозволяє особі пережити оновлюючу трансформацію. Таке оновлююче трансцендування і досвід його переживання супроводжується перепонами – такими собі «охоронцями» простору трансцендування – орлами. Ліктеборода, як дух занепаду, забував підготовувати орлів<sup>3</sup>, отже, занедбав свою духовну височину, а разом з нею і скриню із шершнями, як магічний символ життя.

В обранні скрині магічним символом життя в казках представлено велику кількість паралелей, сама ж скриня містить дванадцять шершнів. Число дванадцять символізує повноту, але повноту чого? Вочевидь того, що є представленим в образі шершнів. Забобонні конотації, які утворювали семантичне поле цього символу в буденній свідомості, пов'язують шершня із отруйністю і хижістю, паразитизмом, що, звісно, не відповідає науковим уявленням.

Проте, емоційно-оцінне (міфологічне) ставлення до шершня відзначено істотними перебільшеннями як токсичності, так і хижості, і паразитизму. Відомими є випадки нанесення шершнями смертельних укусів людині, за обставин втручання в їх гніздо, проте, поодинокі шершні не являють небезпеки більшої, аніж інші підвиди ос звичайних.

В історії літературно-філософських творів казковий образ шершня-нероби протиставляється образу працювитої та домовитої бджоли і містить негативні морально-етичні конотації, прикладом чого може бути відома байка Г. Сковороди «Бджола і шершень». Таким чином, в образі дванадцять шершнів символічно презентовано повноту хижого, паразитичного, крадійського, вартого морального осуду життя.

Поховальником цього життя і стає Лугай, поступово вбиваючи шершнів із скрині. Проте, вбивши як Ліктебороду, так і свого зниклого тестя, сам Лугай стає таким собі «рімейком» їх форми буття в їх життєвому просторі, лише позамітавши в ньому і повернувшись до господарських справ. Вбивство Ліктебороди (дияволовбивство), як акт гордині, може бути оціненим і як кульмінація (кінцевий епізод) конкретної казки, і як лейтмотив цілої серії казок, в яких українська

<sup>3</sup> Як відзначають укладачі «Енциклопедичного словника символів української культури» орел є символом «відваги, сміливості, гордості, чоловічої краси, далекоглядності, довголіття та оновлення, емблема сили й могутності окремих людей (царів, героїв), королівств, народів; довголіття та оновлення, швидкого приходу радості від віри у Всевишнього, вдячності за добро, алегоричний образ пріоритету духовного життя над плотським. З іншого боку, орел – символ зарозумілості, самовпевненості, його політ – емблема швидкого духовного падіння, нікчемності...» [1].

людина тішитися своєю перемогою над нечистою силою, демонструючи над нею свою онтологічну першість та вищість.

**Висновки.** Символічний простір казки містить низку символів-образів, які реферують із архетипами та ідентичностями конкретного суспільства. Застосування щодо сюжетів українських казок архетипово-символічного аналізу демонструє свою продуктивність в розкритті складників повсякдення, які візуалізуються через художню уяву. Етноспецифічні прояви ідентичностей козака-характерника, представлені в сюжеті казки, реферують із декількома архетипами, з яких центральну роль відіграють архетипи Відуна (Відьмака) і Трікстера. Відун (Відьмак) характеризує козака-характерника, який через магію змагається із духовними сутностями

Трікстер як архетип, якому відповідає безлад (хаос) і постійні трансгресії, поєднується із архетипом Відьмака в ідентичності козака-характерника, яка здобувається через ініціацію – битву з інфернальними сутностями. В сюжеті казки жіночі образи представлені в архетипах Відьми/Великої матері із вираженими наставницькими інтенціями.

#### Список використаної літератури

1. Енциклопедичний словник символів культури України / Переяслав-Хмельницьк. держ. пед. ун-т імені Григорія Сковороди ; [заг. ред.: В. П. Коцур та ін.]. Вид. 5-те, допов. і випр. Корсунь-Шевченківський : Вид. В. М. Гаврищенко, 2015. 911 с.
2. Казка про Лугая. *Казка українською мовою* : веб-сайт. URL: <https://kazka.in/fairytales/folk/ukrainians/kazka-pro-lugaya.html> (дата звернення: 05.09.2023).
3. Романенко Ю. В. Осевые символы идентичности в государственной атрибутике : монографія. Київ : Меркьюри-Подолье, 2017. 280 с.
4. Святненко, Іван Олександрович. Соціосистемологічна рефлексія соціології гендерної культури в Україні : дис. ... д-ра соціол. наук : 22.00.01. Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2020. 437 с.
5. Столяренко О. Б. Психологія особистості : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
6. Турчина М. Трансформація архетипу трикстера в сучасному українському мистецтві на прикладі образу Гамлета. *Українські культурологічні студії* : збірник наукових праць. Київ, 2022. № 2(11). С. 43–47.
7. Этническая идентичность: социосистемологическое измерение геополитики : монографія / ред. коорд. Ю. В. Романенко; Я. В. Зоська, Ю. Ю. Медведєва, Ю. В. Романенко, И. А. Святненко, Н. В. Туленков, Е. А. Хомерики. Киев : Меркьюри Подолье, 2016. 383 с.
8. Neumann E. Über den Mond und das matriarchalische Bewußtsein. *EranosJahrbuch Sonderband (Band XVIII)*. Zürich : Rhein-Verlag, 1950.
9. Neumann E. Die große Mutter. Olten; Freiburg im Breisgau : Walter, 1997.
10. Neumann E. Das Kind. Zürich : Rhein-Verlag, 1963.

**Hordiienko N. M. Values and social identities in the symbolism of the Ukrainian fairy tale (on the example of the fairy tale about Luhai)**

**Purpose of the study.** *The purpose of the article is to reveal the content of certain archetypes, symbols and identities in the plot of the fairy tale about Luhai.*

**Research methods.** *The study employed general scientific theoretical methods: historical – in the process of reviewing the primary images-archetypes and symbols in the plot of the fairy tale about Luhai; comparative – in the process of reviewing the views of scholars on the content and essence of individual archetypes, symbols and identities in the plot of the fairy tale about Luhai; analysis and typology – in the process of formulating generalisations.*

**Results of the study.** *Fairy tales of any nation contain a number of primary images-archetypes and symbols that reveal the content of identities typical for the culture of this nation. The identities correspond to archetypes in the form of scenarios-primary images. The symbolic space of a fairy tale contains symbols-images that refer to the archetypes and identities of a particular society. The ethnospecific manifestations of the Cossack character's identity presented in the plot of the tale refer to several archetypes, of which the central role is played by the archetypes of the Vidun (the Sage) and the Trickster. The image of Vidun reveals a Cossack character who competes with spiritual entities through magic.*

**Novelty.** *In the course of the theoretical and methodological analysis of the issue, the author formulates own viewpoint on the values and manifestation of social identity in the symbolism of Ukrainian fairy tales.*

**Practical significance.** *The formulated point of view on the disclosure of the content of individual archetypes, symbols and identities in the plot of the fairy tale about Luhai provides an opportunity to expand theoretical knowledge on the problem of value and social identities in the symbolism of fairy tales in Ukrainian sociological thought.*

**Key words:** *identities, value identities, social identities, archetypes, symbols.*

УДК 316.77

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.4>

**Я. В. ЗОСЬКА**

доктор соціологічних наук, професор,  
професор кафедри філософії та соціології  
Маріупольський державний університет

**А. Г. СТАДНИК**

кандидат соціологічних наук, доцент,  
доцент кафедри філософії та соціології  
Маріупольський державний університет

**Н. Ю. КРАВЧЕНКО**

кандидат соціологічних наук.

### **ТРАНЗИТИВНЕ СУСПІЛЬСТВО Й ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА: СОЦІАЛЬНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ ПІДХІД**

*Проаналізовано основні теоретико-праксеологічні підходи до виділення структурних компонентів і функціональних комплексів організаційної культури: 1) у межах структурного підходу (Д. Дарлінгтон, В. Кошельник, Д. Крес, Д. Мілеті, В. Харчишина, Е. Шейн та ін.) – як інтегральну складову визначають ціннісно-мотиваційну й ціннісно-смыслову підсистеми; 2) у межах феноменологічного (В. Веретенів, М. Іванов, М. Кубр, Р. Моран, Ф. Харріс та ін.) – як основні складові виступають характеристики змісту культури організації. Функціональні особливості організаційної культури визначено через процеси зовнішньої адаптації, внутрішньої інтеграції, соціальної регуляції, управлінсько-організаційної взаємодії. Визначено критерії й показники типологізації організаційної культури. Розглянуто моделі та типології організаційної культури в працях Р. Акоффа, К. Баннікової, М. Бурке, К. Каммерона, Ф. Тромпенаарса, М. Туленкова, Р. Харрісона, Р. Хофштеда, Е. Шейна. В умовах трансформаційних змін, що відбуваються в економіці та суспільстві, в організаціях доцільно застосовувати такі типи організаційних культур, що найкраще в системі відносин зорієнтовані на реалізацію місії, досягнення цілей і стратегії організації з одночасною орієнтацією на захист та розкриття професійних і творчих можливостей персоналу. Визначено, що в умовах перехідного українського суспільства типологічні особливості організаційної культури відображають процес переходу від авторитарного типу соціального управління до демократичного, причому формування адаптивної моделі організаційної культури залежить від внутрішньої інтеграції її суб'єктів і від зовнішнього впливу соціального середовища, визначаючи авторитарний, проміжний (псевдоліберальний) чи демократичний тип організаційної культури.*

---

© Я. В. Зоська, А. Г. Стадник, Н. Ю. Кравченко, 2023

Визначено структурні складові (елементи) організаційної культури: елементи надсуспільної підсистеми – соціетальні складові (глибинний рівень структурної організації), що детермінують ціннісну структуру соціальної організації; елементи моральної підсистеми – морально-етичні, ціннісно-нормативні складові, які сприяють підтриманню цілісності організації, пристосуванню її структури до трансформаційних змін, виконанню функцій інтеграції й адаптації; елементи керівної підсистеми – складові управлінських та організаційних взаємодій. Ці елементи формують трирівневу структуру організаційної культури, характеризують та зумовлюють її трансформацію, тобто адаптування до умов постіндустріальної епохи.

**Ключові слова:** *організаційна культура, транзитивне суспільство, суспільний сектор, соціетальні складові організаційної культури, ціннісно-нормативні складові організаційної культури, керівні (управлінські та організаційні) складові організаційної культури.*

**Постановка проблеми.** Проблема розвитку суспільства з давніх часів перебувала в центрі уваги дослідників. Вивчення суб'єктивних чинників і об'єктивних умов сталого розвитку суспільства набуває особливої ваги. Виникають концепції, які визначають різні методологічні критерії для пояснення соціальних змін: теорія модернізації й конвергенції Дж. Гелбрейта, теорія соціальних змін Т. Парсонса, теорія культурно-історичних типів М. Данилевського, теорія соціальних змін К. Маркса, концепція О. Шпенглера, концепція циклічності цивілізацій А. Тойнбі, теорія соціокультурної динаміки П. Сорокіна, теорія постіндустріального суспільства Д. Белла й О. Тофлера та ін.

Під час дослідження проблематики перехідного (транзитивного) суспільства, ми звертаємо свою увагу не лише на трансформаційні зміни в посткомуністичних суспільствах (тобто перехід сучасних суспільств до демократії), а й на процес модернізації (перехід сучасного суспільства до традиційного).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Організаційну культуру як явище соціально щільно та продуктивно вивчали науковці в різних відгалуженнях соціологічного знання (управління, організацій, економіки). Зокрема, організаційна культура є предметом наукових досліджень багатьох зарубіжних учених, таких як: Е. Атос, Ч. Барнард, М. Луї, Р. Моран, М. Новікова, Р. Паскаль, А. Петтигрю, Т. Пітерс, Д. Руссо, С. Роббінс, Т. Скрипко, Ф. Харріс. У працях Е. Шейна підкреслено значення ціннісних та мотиваційних факторів у процесі формування культури організацій. Організації як соціокультурні системи, що створюються соціальними групами, які цінності, архетипи та смисли сприймають як визначальні для діяльності, розкрито в працях вітчизняних учених: Е. Афоніна, А. Агаркова, Т. Базарова, О. Донченка, Б. Ерьоміна, Ю. Романенка, М. Семикіної, І. Сіменко, О. Харчишиної, О. Шубіна та ін. У публікаціях М. Марка

і К. Пірсона обґрунтовано концепцію впливу архетипів на формування організаційної культури.

Суттєвим внеском у розуміння та характеристику динамічної компоненти організаційної культури в сучасному суспільстві є праці Л. Беляєвої, Є. Данилової, П. Штомпки, В. Ядова та ін., присвячені загальному аналізу соціальних змін, трансформації, модернізації; Т. Заславської, Н. Тихонової – щодо змін соціальної структури й напрямів соціальної мобільності; А. Здравомислова, Ю. Левади, Г. Ділігенського, Ю. Козирева – щодо ціннісної динаміки в суспільстві, що реформується. Дослідження ціннісної й нормативної систем організаційної культури базується на наукових висновках вітчизняних і зарубіжних авторів: В. Бакірова, Е. Гідденса, Ф. Знанецького, Д. Леонтєва, Н. Лумана, Т. Парсонса, А. Ручки, М. Рокіча, У. Томаса. Соціокультурні трансформації, що мають місце в сучасному українському суспільстві, виступають як «контекст», у якому формується культурний складник організацій.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Вищезазначене дає підстави констатувати наявність наукової проблеми, що полягає в суперечності між активним упровадженням сучасних практик організаційної культури демократичного типу в найбільш розвинутих суспільствах світу.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання)** – обґрунтувати специфіку секторального підходу до визначення структури організаційної культури в умовах транзитивного суспільства в регіональному вимірі.

**Виклад основного матеріалу.** Слова «транзит», «транзитивність», що визначають це поняття, полісемантичні. Англо-російський «Словник Мюллера» дає такі значення: зміна; перехід (в інший стан), короткочасний [7]. Аналізуючи ці визначення, легко помітити, що об'єднує всі значення слів «транзит» і «транзитивність» ідея «переходу», «перехідності». Але є немало понять, що характеризують процес переходу, стан нестабільності в низці відносно стабільних етапів розвитку суспільства: суспільство, що трансформується; перехідне суспільство; суспільство, що модернізується, тощо. Зрозуміти специфіку поняття «транзитивне суспільство» надає змогу аналіз накопиченого в соціології, політології й етнографії емпіричного матеріалу і його філософського осмислення.

У сучасній науковій думці виділяють декілька напрямів досліджень транзитивності, які відображають зміни в соціокультурній, політичній і економічній сферах суспільства. Перший напрям представлений етносоціокультурним підходом, який бере початок у релігійно-філософських працях доби Середньовіччя й етнографії (А. Генеп). Його особливість полягає в інтересі до внутрішніх переходів, трансформації внутрішнього світу людини під впливом традицій соціодуховної практики та культури.

Ідеї А. Генепа знайшли відображення в сучасному розумінні транзитивного суспільства як одного з перехідних етапів розвитку етно-соціального організму. Етносоціокультурний підхід до розуміння транзитивності надає змогу побачити взаємозв'язок між трансформацією життєвого світу індивіда, його ціннісної свідомості й трансформацією соціального життя, усього суспільного устрою. Причому такий процес трансформації супроводжується кризою в ціннісній свідомості етносу, народу, нації. Як зазначає О. Штоквіш, характерною ознакою трансформаційного соціуму є «аномія, тобто такий стан соціальної системи, в якому наявний слабкий консенсус, недостатність віри в цінності або цілі, а також втрата ефективності нормативних і моральних рамок, що регулюють соціальне життя» [11]. Тобто аномія, на думку автора, ускладнює досягнення головної мети трансформаційного суспільства, яка полягає в новому самовизначенні завдяки пропонуванню шляхів прогресивного розвитку. Цінності нової соціальної системи, що «містить у себе як нові, так і резидуальні одиниці, відрізняються за змістом від цінностей первісної одиниці, хоча їх характеристика в термінах стандартної змінної може залишатися незмінною» [5].

Поряд з об'єктивними чинниками, що впливають на трансформацію суспільства, зростає роль чинників, пов'язаних зі змінами в їх ціннісних настановах, поведінці. Для транзитивного суспільства характерне змішування старого й нового, що знаходить своє відбиття в людській свідомості, у нормативних і повсякденних настановах. Це, на думку О. Яницького, може формувати неадекватне сприйняття суспільними акторами динамічних соціальних змін, що призводить до кризи самоідентифікації та самореалізації [12, с. 19–26]. На сьогодні сучасне українське суспільство, за влучним висловом Є. Головахи, «аморальної більшості» підійшло до тієї межі, коли норма й відхилення від неї, норма та патологія не тільки все більше взаємно проникають, а й міняються місцями. Те, що у свідомості багатьох усе ще постає як патологія, стає нормою [5, с. 26–30]. Таким чином, стан аномії породжує ціннісно-нормативні системи в масовій свідомості, пов'язані, насамперед, з вітальними потребами виживання й самозбереження, що в цілому ускладнює процес соціалізації та формування сукупності соціальних практик сучасної молоді в різних соціокультурних полях і просторах.

Поряд з етносоціокультурним підходом до розуміння транзитивного суспільства з початку 1970-х рр. триває розробка політичної транзитології. Транзит розуміють у цій дослідницькій парадигмі як демократичний перехід. Розробку загальних закономірностей, моделей переходу від тоталітарних режимів до демократичних, пов'язують з іменами Р. О'Доннела, А. Пржеворського, Д. Растоу, Ф. Шміттєра, С. Хантінгтона.

Так, для опису специфіки сучасного транзиту С. Хантінгтоном був висунутий концепт «третьої хвилі» глобальної демократизації, яка

розпочалася в середині 1970-х рр. з падінням військових диктатур у Португалії, Іспанії й Греції, потім у процес демократизації включилися Латинська Америка, деякі країни Південно-Східної Азії, нарешті, країни Центральної та Східної Європи й пострадянський простір [14]. Зокрема, до головного напрямку транзитивного суспільства можна зарахувати політичні інститути, які формують засади демократичних перетворень у державному секторі та становлення громадянського суспільства, яке, у свою чергу, складається з громадян з активною громадянською позицією.

Тобто в політичному аспекті транзитивне суспільство пов'язують із поняттям «демократичний транзит», який сучасні науковці визначають так: «політичний процес, який відбувається в сучасному правовому полі держави та супроводжується зміною режиму політичних інститутів, що відживає, зміцненням достатньої мережі демократичних інститутів громадянського суспільства (економіку, політику, культуру тощо) і посиленням демократичних функцій сучасних держав» [9]. У цьому аспекті можна говорити, що транзитивне суспільство – це перехід від тоталітарного або авторитарного суспільства до демократичного (хоча й у його західно-цивілізаційному варіанті). І саме на цьому етапі суспільство ніби перебуває в «змішаному», нестабільному стані – поряд з процесом формування нових соціально-політичних цінностей, норм, інститутів і практик продовжують існувати й попередні, що може призводити до соціальної напруженості, маргіналізації та радикалізації суспільства, а отже, позначається на типі організаційної культури й соціального управління.

У межах економічного підходу особливості транзитивного суспільства розглядають в економічній перехідній теорії, яка визначає теоретичні аспекти сучасної тенденції економіки постсоціалістичних країн, перехідних від централізовано-керованого господарства до ринкового. Так, за словами С. Сонько і М. Скринько, транзитивна економіка пов'язана з процесом лібералізації, що означає скорочення протекціоністської політики держави [8, с. 10]. До особливостей економіки в суспільстві перехідного типу зараховують нестабільність і нестаціонарність здійснення соціально-економічних процесів; високий рівень різних ризиків; часткову втрату керованості, зокрема на трансформаційних етапах перетворень. В умовах транзитивної економіки формується якісно новий тип організаційної культури, особливо в організаційно-управлінському аспекті й аспекті оптимізації соціально-трудових відносин.

Аналіз концептуалізації соціальних змін у соціологічних теоріях виявляє три типи парадигм, що домінують. У XIX ст. панувала парадигма прогресу, коли соціальні зміни ідеалізували, їх сприймали як безперечно позитивні, такі, що сприяють прогресу. У середині XX ст. відбувалося руйнування ідеї прогресу, стала домінувати парадигма кризи. Наприкінці XX ст. виникла нова парадигма – парадигма травми.

Більшість сучасних соціологічних теорій розглядають соціальні трансформації в її руслі як тривалі, неочікувані, дещо невизначені та такі, що мають непередбачуваний фінал, процеси [13]. Найбільш глибокі соціальні зміни завжди торкаються основи соціального порядку – сфери базових цінностей, правил, центральних очікувань, тобто охоплюють сферу людської культури – певну символіку, інтерпретації, сприйняття, тлумачення соціальної дії. Але, так чи інакше, соціологічний аналіз транзитивного суспільства ґрунтується на розумінні транзиту як одного з типів модернізації. Ґрунтуючись на поділі суспільств на «традиційні» – «ієрархізовані», що зберегли відносини залежності, які персоналізуються, і бар'єри соціальної мобільності, та «сучасні», тобто такі, для яких характерні універсальне панування раціонального початку й функціональна диференціація соціальних інститутів, подолання відносин особистої залежності та висунення на перший план утилітарно орієнтованої дії автономного індивіда (М. Вебер, Ф. Тенніс і Т. Парсонс), описано період модернізації, тобто перехід від традиційного суспільства до сучасного (С. Айзенштадт). Причому, оскільки всі суспільства розвиваються в напрямку до сучасного, проходячи певні етапи, то стає можливою розробка загальної для низки суспільств теорії модернізації, що є транзитом від традиційного до сучасного суспільства.

Основою, базисом існування традиційних суспільств виступають процеси репродукування діяльності соціальних структур, життєвих устоїв і традицій, відтворення усталених соціальних практик. У сучасному динамічному суспільстві провідним стає процес розвитку й модернізації, порівняно швидкої, якісної зміни різних соціальних та культурних структур, відповідних їм форм соціальної поведінки й практик. Якщо розглядати суспільство як поєднання складних взаємозв'язків і взаємодій, які імпліцитно містяться в поведінці (або свідомості) індивідів, то модернізацію суспільства в цілому розуміють як наслідок персональної модернізації значної частини індивідів, що входять до нього. Ефективність процесу модернізації залежить від рівня та інтенсивності трансформації системи цінностей і норм у суспільстві, від реалізації інституційних та структурних реформ у сприятливому соціокультурному середовищі, в умовах уже сформованих адекватних їм мотиваційно-ціннісних установок індивідів.

Проаналізувавши низку досліджень, В. Агранович виокремила істотні ознаки суспільства перехідного типу, а саме: «1) нерівномірність соціальних процесів, які мають необоротний процес за своїм характером; 2) тимчасовий характер суспільства перехідного типу; 3) багатоваріантність розвитку; 4) швидкість існуючих у суспільстві перехідного типу процесів, які породжують стан соціальної нестабільності; 5) відсутність повноти властивостей і ознак соціальних відносин; 6) історична «індивідуальність» кожного суспільства перехідного типу, яка пов'язана із специфікою історичного періоду, в якому

відбуваються існуючі процеси та з яким пов'язані відмінності в початкових і кінцевих станах транзитивного суспільства» [1]. Отже, можна зазначити, що транзитивність суспільства тісно пов'язана із соціальною нестабільністю сучасного суспільства та зміною ціннісних орієнтацій.

Поширеним у застосуванні на сьогодні є термін «перехідний період». На думку М. Михальченко, термін «перехідний період» «означає перехід від нескоординованих, часто суперечливих, хаотичних владних впливів на різні сфери суспільного життя до проведення чітко вивіреного відповідального політичного курсу» [6, с. 22]. Автор визначає риси перехідного суспільства, а саме: «нерозвинута політична влада; неефективна судова система; відсутність змін у процесі формування нового активного громадянського суспільства; збільшення злочинності серед соціальних груп; зміни в системі соціальних цінностей та ідеалів» [6, с. 23]. Тому можна констатувати, що розвиток транзитивного суспільства пов'язаний з руйнацією звичного способу життя, моральних норм і цінностей.

На думку О. Астаф'євої, перехідний період – це якісна трансформація суспільства, що приводить до зміни його суті. У всіх їх схожі причини, і пов'язані вони із системною кризою: кризою старих систем управління, старих економічних структур, старих соціальних відносин, кризою ідеології тощо. До ознак перехідного періоду вона зараховує підвищення соціальної активності населення; зростання хвилювань, інакомислення, акцій протесту; кризу у внутрішній і зовнішній політиці; падіння рівня виробництва, рівня життя людей; фрагментарність усіх класів, що знову виникають, і соціальних груп; соціальна фрустрація, що спричинена різкою майновою диференціацією [8]. Отже, існуючі підходи до визначення особливостей суспільства перехідного типу свідчать про процеси ціннісних змін у різних сферах суспільства, які знаходять своє відображення в структурно-функціональних особливостях організаційної культури.

Погоджуємося з думкою Є. Внукова, що сутнісний зміст транзитивного суспільства полягає в процесі динамічного переходу трансформаційного суспільства (у соціокультурній, політичній, економічній сферах) до суспільства з відносно стабільною структурою. Соціальний простір, життєвий світ індивіда, масова ціннісна свідомість, способи комунікації в транзитивному суспільстві стають основою ціннісно-нормативного консенсусу як передумови становлення суспільства з усталеною соціальною структурою [2, с. 82]. Організаційна культура, яка під час суспільних змін модифікує власні як структурні, так і змістовні характеристики, виступає показником стану трансформацій у соціокультурній сфері суспільства та характеризує ціннісно-нормативні зміни в суспільстві перехідного типу.

На рис. 1 відображено процесуальні ознаки транзитивного суспільства в різних аспектах суспільства.



Рис. 1. Процесуальні ознаки транзитивного суспільства в політичній, економічній і соціокультурній сферах

Зокрема, виходячи з результатів проведеного нами теоретичного аналізу терміна «транзитивне суспільство», можна підсумувати, що організаційна культура є його невід'ємною складовою. Прояв організаційної культури саме в транзитивному суспільстві виступає у формі суспільного устрою з погляду політичного дискурсу, а саме: тоталітарному, авторитарному та демократичному.

У межах цього дослідження виділено складові елементи (підсистеми) трирівневої організаційної культури, такі як:

- надсуспільна підсистема (соціетальні складові), до якої включено ціннісно-смыслову структуру менталітету нації, архетипні утворення, соціальну й соціетальну ідентичність;

- моральна підсистема (морально-етичні, ціннісно-нормативні складові), до яких належать мораль, цінності, уявлення, переконання, смисли, соціально-нормативні зразки поведінки, мотиви та стимули як визначальні компоненти організаційної культури, що в умовах суспільства перехідного типу впливають на підтримку цілісності системи, визначають мімікрійний характер її структур (реалізують інтеграційно-адаптаційні функції);

- керівна підсистема (управлінсько-організаційні складові), до яких зараховано особливості організаційно-управлінських відносин як усередині компанії, так і зовні.

1. Організаційна культура в умовах тоталітарного соціального управління. Як влучно зауважує Х. Арендт, «тоталітарне суспільство – це суспільство масового походження без наявного класу, базу якого зводять до певної кількості ізольованих індивідів, які не являють собою структурованого класу та певних особистісних інтересів» [1]. Український соціолог М. Туленков, у свою чергу, зазначає: «...специфічною рисою тоталітарного управління є здатність суб'єкта управління (держави) до певного класифікування більшості соціально значущих сторін суспільного життя, що призводить до зменшення практично всіх сфер їхньої самостійної діяльності та самостійного прийняття будь-яких рішень» [1].

Соціетальні складові виступають як визначення себе як індивіда в тоталітарному суспільстві, цей процес відбувається завдяки системі міфів, які відображають фантастичну дійсність у вигляді стійких рекламних лозунгів, які в результаті викликають не завжди правдиве уявлення про сучасну реальність [6]. Серед міфів, які в тоталітарному суспільстві впливають на формування та функціонування суспільної свідомості, можна зазначити такі: міф «святість» влади, міф про самодостатність влади, міф про самоцінність влади. У тоталітарному суспільстві владу сприймають як первинний елемент будь-якої структури в усій системі управління.

Зокрема, можна зазначити ціннісно-нормативні складові суспільства в тоталітарному режимі, а саме: 1) ціннісна система суспільства в своїй більшості, яка має єдину ідеологічну представленість у всіх організаціях; 2) існування «абсолютно істинних» лідерів та їх мотив ототожнення з метою примусу до певних дій; 3) головною цінністю суспільства є влада; 4) волею однієї керівної особи на всіх рівнях управлінської ієрархії замінюються суспільні норми.

До управлінсько-організаційні складових належать такі: правомірність суб'єкта управління; харизматичність лідера; емоційна залежність від лідера; централізм; управлінський вплив у адміністративно-репресивному характері.

Отже, організаційна культура в суспільстві тоталітарного режиму позначається як доволі принципова ієрархізована система, з існуючою централізацією лідера в системі влади, в якій система вже існуючих норм та цінностей відображається в єдиній державній ідеології, а ідентифікація себе як індивіда кожного члена організації відбувається завдяки механізму міфологізації.

2. Авторитарне управління соціальною системою в організаційній культурі. У суспільстві авторитарного типу, як слушно зауважує український соціолог М. Туленков, «вузька елітарна влада має не тільки організаційне закріплення, але й інституційне, саме тому ця система правління трьох типів корпорації влади (ієрархічну): ідеологічної, адміністративно-державної та економічної» [10, с. 410].

Соціетальні складові в авторитарній системі управління визначаються як самовизначення членів організації, яке засновано на відповідних рольових функціях.

Зокрема, можна визначити ціннісно-нормативні складові суспільства, яке перебуває в авторитарному режимі, а саме: мотивом, що домінує, виступає переслідування цілей організація для власної винагороди; найголовнішими цінностями є влада й матеріальна вигода; формування владною структурою корпоративні правила та норми; індивідуальні інтереси збігаються із цілями організації; традиційна система управління організацією (застосування певних цінностей, норм та правил, які орієнтовані на традиції).

До управлінсько-організаційні складових належать такі: групова правомірність суб'єкта управління; відносна ізольованість певних владних суб'єктів; міжособистісні відносини всередині влади відбуваються на рівні корпоративної культури.

У суспільстві авторитарного типу організаційна культура виступає як певне корпоративне утворення з груповою персоніфікованістю владного суб'єкта, в якій цінують традиційну систему управління (загострення уваги на групових нормах і правилах, звичках та цінностях), провідними цінностями в цьому суспільстві виступають соціальний статус і матеріальна винагорода. Самовизначення членів відповідної організації відбувається за рахунок певних рольових функцій.

3. Організаційна культура в умовах демократичного соціального управління. До ключових цінностей системи демократичного соціального управління варто зарахувати самоврядування. Як зазначає М. Туленков, «самоврядування виступає особливим видом управління державою, який здійснює вплив на функціонування будь-якої соціальної системи, використовуючи автономію за рахунок власних чинників, тобто завдяки включенню людського потенціалу задля вирішення будь-яких проблемних ситуацій» [10, с. 197].

Соціальні складові в демократичній системі управління визначаються як самовизначення як через віднесення себе до відповідної культурної спільноти або соціальної, так і через співвідношення власних інтересів і суспільних.

Зокрема, можна визначити ціннісно-нормативні складові суспільства, яке перебуває в демократичному режимі, а саме: керування існуючою системою правил, яка базується на процесах співробітництва, конкуренції та конфлікту (поліцентризм) [8]; мотивом, що домінує, у цьому режимі виступають особистісні інтереси; задоволення існуючих потреб суспільства, яке базується на інтересах людей.

До управлінсько-організаційні складових належать такі: розподіл владної структури; члени організації можуть виступати як суб'єктом самоврядування, так і суб'єктом управління; люди виступають об'єктами взаємного інтересу, які встановлюють порядок відносин та організаційних зв'язків.

Таким чином, можна дійти висновку, що організаційна культура в суспільстві демократичного типу виступає як самостворене соціальне суспільство, яке керується принципом розподілу влади,

суб'єктом самоврядування виступають члени організації, самовизначення членів організації відбувається завдяки відтворенню власних інтересів, а також через визначення власної культури і цінностей (табл. 1).

Отже, транзитивність суспільства можна спостерігати в період якісного перетворення системи соціального управління від тоталітарного до демократичного суспільства, а зміна цих типів зумовлює зміни й у структурно-функціональних особливостях організаційної культури. Такий транзит розглядають як фазовий перехід від одного динамічного стану системи до іншого, а механізм фазового переходу пов'язаний з наявністю моментів біфуркації, перетинаючи які, система якісно змінює свій стан. Звичайно, для таких перехідних, біфуркаційних періодів характерні нестабільність і «змішаність» попередньої й наступної систем соціального управління, що позначається на функціонуванні соціальних інститутів, державних установ, організацій економічної системи, відтворюючи в них організаційну культуру з нестабільною структурою.

Таблиця 1

**Організаційна культура в різних системах соціального управління**

| Складові організаційної культури                         | Соціальне управління тоталітарного типу                   | Соціальне управління авторитарного типу                                                                              | Соціальне управління демократичного типу                                                                         |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Соціальні складові (механізм самоідентифікації)          | Механізм «міфологізації» і ідеології                      | Механізм виконання ролевих функцій                                                                                   | Механізм усвідомлення власних інтересів у співвідношенні до суспільних                                           |
| Ціннісно-нормативні складові                             | Ідеологічна ціннісна система<br>Влада як головна цінність | Засвоєння групових норм і цінностей, орієнтованих на традицію<br>Влада і матеріальна винагорода як провідні цінності | «Поліцентризм» як загальна система правил, в основі якої лежать проєкти співробітництва, конкуренції і конфлікту |
| Управлінсько-організаційні складові (суб'єкт управління) | Персоніфікованість суб'єкта управління                    | Групова персоніфікованість суб'єкта управління                                                                       | Принцип поділу влади; члени організації як суб'єкт самоврядування і суб'єкт управління                           |

Одним із важливіших чинників, що впливає на умови перебігу перехідного (транзитивного) періоду багатьох країн, особливо України, сьогодні є процеси глобалізації, які охоплюють практично всі сфери життєдіяльності транзитивного суспільства, створюючи ускладнення для трансформації суспільної, економічної, політичної й соціокультурної підсистем. Для українського суспільства поряд з демократичним транзитом виникають виклики, пов'язані з глобалізаційними процесами, які мають неабиякий вплив і на суспільства західної демократії, трансформуючи сучасні концепції соціальної держави або держави добробуту. Так, для З. Баумана глобалізація виступає як дане явище сучасності, яке неодмінно не тільки вплине, а й уже впливає на суспільні процеси в сучасних державах добробуту [1].

Один з представників сучасної соціологічної та філософської думки Ю. Габермас вважає, що глобалізація – неминуний процес, з яким стикаються сучасні західні держави. Тому він ставить під сумнів релевантність нації-держави як політико-територіального утворення. Ідучи далі в своїх роздумах, він зазначає, що так само можна ставити під сумнів існування сучасної моделі соціальної європейської держави (принаймні в колишній її формі), вказуючи на те, що ідея держави добробуту реалізовувалася тільки в рамках нації-держави, але остання сьогодні досягла меж своїх можливостей у новому контексті, визначеному глобальним суспільством і глобальною економікою [11].

Інший європейський мислитель, соціолог У. Бек для опису сучасності застосовує поняття «суспільство ризику» й «друга, постнаціональна модерність». У. Бек гадає, що нашу нинішню реальність визначають процеси глобалізації. Він зазначає, що картина суспільства драматично змінюється просто в нас на очах; глобалізаційні процеси незворотні; державу добробуту неможливо відродити на національному рівні (але можна відродити на регіональному, європейському рівнях); трудове суспільство, оперте на територіальні нації-держави, прямо сьогодні розпадається на частинки; суспільний договір між капіталізмом, державою добробуту та демократією зламано; ми живемо у світі ендемічної загрози; нарешті, не існує способу уникнути постання суспільства ризику (визначальна риса якого – не стільки зростання масштабів ризику, як радше змінена природа невизначеності). Він зазначає, що глобалізм – це, насамперед, ідеологія неолібералізму й економічна система поглядів [1].

У наведених концепціях глобалізації транзитивність набуває глобального масштабу, позначаючись на функціонуванні усталених форм соціальної держави (правова, демократична держава, соціально орієнтована ринкова економіка, розвинуте громадянське суспільство), що тільки посилює невизначеність і ризики трансформації суспільств, які здійснюють демократичний транзит (особливо на пострадянському просторі), і ускладнює формування якісно нової системи соціального управління, складовою якої є й організаційна культура як соціальне явище.

Важливого значення для аналізу дослідження формування організаційної культури в умовах глобалізаційних викликів мають і такі визначення глобалізації.

Так, У. Андерсон визначає глобалізацію як процес, якого неможливо уникнути, розуміючи під ним «прискорено змінювану систему систем», котра приводить до політичних, культурних і навіть біологічних змін. Глобалізація спричиняє національну відкритість, основним інструментом якої є вирішення проблем герменевтики, що забезпечують різноманітні зв'язки та всебічну залежність між націями [12, с. 68]. Тобто в умовах глобалізаційних процесів змінюється все, у тому числі культура як обмін символами, що призводить до зникнення традиційних кордонів та появи нових зв'язків, оскільки являє собою нову систему систем, яка керує всіма світовими процесами. Б. Бутрос-Галі, підтримуючи цю тезу, доводить існування кількох глобалізацій: інформаційної, соціокультурної (міжкультурні комунікації у зв'язку з появою новітніх науково-технічних та соціальних нововведень), політичної (демократичний уряд, глобальне громадянське суспільство, що має загальні правові принципи й норми), економічної (інтеграція ринків, націй-держав та технологій), фінансової [3, с. 24–35]. Тобто глобалізація як об'єктивний процес зумовлює низку глобальних змін, які прямо чи опосередковано стосуються трансформації системи соціального управління. Автори підкреслюють вплив глобалізації на всі сфери сучасного суспільства, яке також входить у стадію транзитивності, що зумовлює перегляд таких важливіших концепцій, як «демократія», «громадянське суспільство», «ринкова економіка», «культура» тощо. Особливого значення набуває узагальнення ціннісно-сміслових конструктів у сфері соціального, політичного, економічного й культурного життя суспільства, що, у свою чергу, відображається на структурно-функціональних особливостях організаційної культури.

До основних форм динаміки перехідних суспільств в умовах глобалізації Р. Войтович зарахувала такі, як: «глобальна об'єктивна реальність, єдиний соціальний простір, єдині форми соціальної поведінки та глобальна ментальність» [4, с. 25–26]. До першої форми авторка зараховує «відповідну глобальну ментальність та стереотип життя в єдиному світі, перетворюючись на носіїв єдиних соціальних, політичних і культурних зразків поведінки» [4, с. 25]. Щодо другої форми, то Р. Войтович зазначає, що «існує формування тотожної соціальної структури та наявність єдиних стандартів поведінки для всіх суспільств, які перебувають на транзитивному етапі, та для їх суб'єктів (ідеться про єдині типи й форми соціальної організації)» [4, с. 25]. Щодо третьої форми, яка, на думку авторки, базується на «спільних соціально-культурних зразках діяльності, притаманних для транзитивних суспільств. Тобто йдеться про універсальні типи організації суспільної життєдіяльності, зокрема це стосується єдиних технологій діяльності, які базуються на впровадженні єдиних соціально-культурних зразків

діяльності» [4, с. 25–26]. Щодо глобальної ментальності, то авторка характеризує її як ментальність з потребами, мотивами, цінностями та установками суспільства, які є механізмом формування відповідної структури розвитку суспільства [4, с. 25–26]. Отже, організаційна культура в транзитивний період відображає особливості ціннісно-нормативних змін і соціокультурних трансформацій у суспільстві, змінюючи власні структурно-змістові властивості на рівні соціетальних, ціннісно-нормативних і організаційно-управлінських складових.

**Висновки з даного дослідження та перспективи подальшого розвитку в цьому напрямі.** Транзитивність суспільства можна спостерігати в період якісного перетворення системи соціального управління: від тоталітарного до авторитарного суспільства, від авторитарного до демократичного суспільства, а зміна цих типів зумовлює зміни й у структурно-функціональних особливостях організаційної культури. Такий транзит розглядають як фазовий перехід від одного динамічного стану системи до іншого, а механізм фазового переходу пов'язаний з наявністю моментів біфуркації, перетинаючи які, система якісно змінює свій стан. Звичайно, для таких перехідних, біфуркаційних періодів характерні нестабільність і «змішаність» попередньої й наступної систем соціального управління, що позначається на функціонуванні соціальних інститутів, державних установ, організацій економічної системи, відтворюючи в них організаційну культуру з нестабільною структурою.

Виділено такі групи складових організаційної структури: соціетальні; ціннісно-нормативні; керівні (управлінські та організаційні).

Групу соціетальних складників формують такі: менталітет нації, який за своєю специфікою відрізняє цю спільноту від уже існуючих, найчастіше він виступає як система окремих поглядів та норм, які, у свою чергу, базуються на вже існуючих суспільних знаннях і відрізняються ієрархічною системою цінностей, ідеалів, інтересів та установок; архетипні утворення – культурні стереотипи як несвідомо сформовані колективні переконання, які впливають на формування ціннісної свідомості членів організації, морально-етичної, ціннісно-нормативної системи суспільства та визначають тенденцію соціетальних процесів; соціетальна ідентичність, яка, перш за все, базується на нематеріальних (культурних, духовних) цінностях і відображає певну психосоціальну реальність.

Друга група складових (морально-етичні, ціннісно-нормативні) включає: суспільні, організаційні та особистісні цінності, ціннісні уявлення, соціально-нормативні зразки, правила поведінки як засоби стратифікації об'єктів системи за індивідуалістським та соціетальним рівнями, які, виходячи з інтеракцій, регулюють поведінку. Особистісні ціннісні уявлення є засобом поділу об'єктів зовнішнього світу за певною значущістю (соціальною або індивідуально-особистісною). Третю групу (управлінські та організаційні складники) формують:

соціопсихологічний клімат організації – емоційні й психологічні стани співробітників (відносно стійкі), які відображають організаційну інтеракцію й характер міжособистісних відносин у колективі; управлінський стиль (манера поведінки керівника – суб’єктивно-психологічні характеристики та стиль керівництва в реалізації владних повноважень); система інформаційно-комунікативних інтеракцій в організації – базис зміцнення структури, ефективної взаємодії всіх елементів, ухвалення й донесення управлінських рішень.

### Список використаної літератури

1. Бевзенко Л. Поняття міфу та гри в кризовому дискурсі сучасних соціокультурних процесів – соціосоорганізаційний підхід. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2015. № 2. С. 112–129.
2. Внуков Є. О. Організаційна культура в транзитивному суспільстві: постановка проблеми. *Грані*. 2015. № 12 (1). С. 80–85.
3. Войтович Л. Корпоративна держава та її рать в умовах глобалізації. *Вісник НАДУ при Президентові України*. 2006. № 4. С. 24–35.
4. Войтович Р. Глобалізація як універсальна форма історичної динаміки перехідних суспільств. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2012. Вип. 1. С. 21–32.
5. Головаха Є. Українське суспільство: шляхи трансформації. *Український соціологічний журнал*. 2016. № 1–2. С. 26–30.
6. Михальченко М. Україна ХХІ століття: і знову пошук шляхів розвитку. *Віче*. 2001. № 1. С. 20–28.
7. Словарь Мюллера (англо-русский) URL: <http://www.diclib.com/http://www.diclib.com/cgi-bin/d1.cgi?l=ru&base=mueller&page=showindex> (дата обращения 03.05.2018).
8. Сонько С. П., Скринько М. М. Інфраструктура в умовах транзитивної економіки. Харків: Екограф, 2004. 256 с.
9. Сучасні політичні інститути та процеси в умовах реформування політичної системи України: Програма та методичні рекомендації для слухачів за спеціальністю «Державне управління» / укл. В. В. Лісничий, О. В. Радченко. Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2006. 22 с.
10. Туленков М. В. Соціологія управління. Соціологія. Основи загальної, спеціальних і галузевих теорій: підручник. Київ: Каравела, 2008. С. 483–501.
11. Штоквіш О. А. Синергетична методологія аналізу соціумів, що трансформуються. URL: <http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/bitstream/123456789/1517/32/shtokvish.htm>. (дата звернення 07.04.2018).
12. Anderson W. T. All Connected Now. Life in the first Global Civilization. West view press. 2001. 310 p.
13. Hofstede G. T. Cultural Dimensions. URL: <http://www.geert-hofstede.com> (дата звернення 18.02.2018).
14. Huntington S. Politicalorderin Changing Societies. New Haven, 1968. 687 p.

**Zoska Y. V., Stadnyk A. H., Kravchenko N. Yu. Transitive society and organizational culture: a social-managerial approach**

*The basic theoretical and praxeological approaches to the separation of structural components and functional complexes of organizational culture are analyzed: 1) in the structural approach (E. Shane, V. Harchyshina, V. Koshelnyk, D. Milletti, D. Kres, D. Darlington, etc.) in the quality of the integral component is determined by the value-motivational and value-meaning subsystems; 2) in the phenomenological approach (F. Harris, R. Moran, M. Kubr, V. Veretenov, M. Ivanov, etc.), the characteristics of the content of the organization's culture are the main components. Functional features of organizational culture are defined through such indicators as: process of external adaptation, internal integration, social regulation, managerial-organizational interaction. Criteria and indicators of organizational culture typology are determined. Models and typologies of organizational culture in the works of R. Akoff, K. Bannikova, M. Burke, K. Kammeron, F. Trompenaars, M. Tulenkov, R. Harrison, R. Hofsted, E. Shane are considered. In the context of transformational changes occurring in the economy and society, it is advisable for organizations to apply the types of organizational cultures that are best focused in the system of relationships to accomplish the mission, achieve the goals, and strategy of the organization, while focusing on protecting and unlocking the professional and creative capabilities of staff. It is determined that in the conditions of transitional Ukrainian society, the typological features of organizational culture reflect the process of transition from authoritarian type of social management to democratic, and the formation of an adaptive model of organizational culture depends on the internal integration of its subjects and the external influence of the social environment, determining authoritarian, intermediate) or a democratic type of organizational culture.*

*The structural components (elements) of organizational culture are defined: the elements of the supranational subsystem are the social components (the deep level of the structural organization) that determine the value structure of the social organization; elements of the moral subsystem are moral-ethical, value-normative components that help to maintain the integrity of the organization, adapt its structure to transformational changes, perform the functions of integration and adaptation; elements of the management subsystem are components of managerial and organizational interactions. These elements form a three-tier structure of organizational culture, characterize and condition its transformation, that is, adaptation to the conditions of the post-industrial era.*

**Key words:** *organizational culture, transitive society, public sector, social components of organizational culture, value-normative components of organizational culture, managerial (managerial and organizational) components of organizational culture.*

УДК 316.77:[004.738.5+004.8]

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.5>

**Р. Я. ЛЮБЕНКО**

аспірант Докторської школи імені родини Юхименків  
спеціальності «Соціологія»

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

**О. Г. ПУГАЧОВА**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри соціології

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

## **РИЗИКИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ПОРОДЖУВАЛЬНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ САЙТІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

У статті розкриваються причини та ранні наслідки поточної кризи вільного машинного доступу до агрегованих даних сайтів соціальних мереж за допомогою прикладних програмних інтерфейсів, або API. Зокрема, розглянуто кейси таких популярних вебсайтів, як Twitter (нещодавно перейменованний на X) та Reddit. Проаналізовано основні фактори, що зумовили режим відносно безперешкодного використання масових онлайн-даних, який мав місце до розповсюдження так званих ШІ-чатботів, найпопулярнішим серед яких наразі є ChatGPT від американської компанії OpenAI. Пояснено, як саме значний прорив у сфері породжувального штучного інтелекту, ознаменований публічним запуском ChatGPT наприкінці 2022-го року, є пов'язаним зі змінами політик доступу до API із боку одних із найбільших сайтів соціальних мереж. Систематизовано дії соціальної мережі X та сайту тематичних обговорень Reddit навколо доступу до своїх даних через API для членів дослідницької спільноти протягом 2023-го року, які дозволяють особливо чітко простежити причинно-наслідковий зв'язок між «гонкою озброєнь» у сфері штучного інтелекту та кризою у сфері досліджень, що покладаються на дані сайтів соціальних мереж. Зокрема, акцентовано увагу на патерні обмежень X відносно своїх публікацій та їхніх намагань встановити контроль за використанням своїх даних у судовому порядку, а також обґрунтовано, чому нові правила API Reddit, незважаючи на їхні більш обмежені наслідки, усе ще є несприятливими для роботи вчених. Описано, якої саме шкоди дослідникам завдають або можуть завдати нові тенденції в тому, як соціальні мережі схильні управляти своїми даними. Висвітлено важливість та релевантність подальшого розвитку досліджень на основі даних сайтів соціальних мереж, зокрема через забезпечення легкого доступу до API, як для наукової спільноти, так і для аудиторії соціальних мереж та їхнього керівництва. Проведений аналіз дає підстави стверджувати, що зараз, у час переосмислення комерційної цінності користувацьких даних, захист

інтересів дослідників соціальних мереж та дослідників інтернету загалом є особливо актуальним.

**Ключові слова:** сайти соціальних мереж, породжувальний штучний інтелект, Twitter (X), Reddit, прикладний програмний інтерфейс (API).

**Постановка проблеми.** Сайти соціальних мереж (далі також ССМ) або, використовуючи повсякденну лексику, соціальні мережі, всього за пару десятиліть стали чи не наймасштабнішим та найбільш впливовим публічним простором – як онлайн, так і офлайн. Глобально успішні ССМ, як-от Facebook, Twitter, Instagram та подібні, поступово ввібрали в себе більшість знайомих із реального світу проявів міжперсональної взаємодії, зайнявши провідну роль у фасилітації обміну соціальною підтримкою [1, с. 675]. Відповідно, публічно видима частина соцмережевого «контенту» (поширений спосіб покликатися на всю сукупність онлайн-публікацій на тій чи тій вебплатформі) швидко стала для вчених у сфері соціальних наук улюбленим об'єктом аналізу, а масовий збір соцмережових даних – основою численних досліджень. Останні суттєво вплинули на забезпечення здорового розвитку онлайн-спільнот та розуміння людських відносин загалом.

Однак цей статус-кво не був сталим та історично покладався на сприятливий збіг факторів, за якого ліберальний доступ до агрегованих даних сайтів соціальних мереж був індустрійною нормою. Незважаючи на те, що поступовий відхід від цієї філософії (продиктований переважно фінансовими та безпековими міркуваннями) тривав уже багато років, переломним для сфери досліджень соціальних мереж можна вважати саме 2023-ий рік. Всього за 12 місяців використання штучного інтелекту через медіум так званих чатботів стало всюдисущим та призвело до перегляду цінності соцмережових даних із далекосяжними наслідками для дослідницької спільноти.

**Метою статті** є аналіз витоків поточної кризи доступу до соцмережових даних для членів дослідницької спільноти та її перебігу протягом 2023-го року, а також огляд її короткострокових наслідків.

#### **Виклад основного матеріалу.**

##### *Минуле соцмережових досліджень: культура відкритості*

Потужність соціальних мереж як поля для включених спостережень та збору емпіричних даних (не лише про соціальну підтримку, але й про людську взаємодію загалом) майже не потребує обґрунтування: структуруючим ефектом соцмережових платформ для комунікації користуються не лише науковці, а і звичайні користувачі, які вводять ключові слова в поле пошуку чи переходять по так званих «хештегах». Додатковим бонусом соцмереж як повністю цифрових сутностей є значне спрощення масового збору й обробки інформації, порівняно з даними на аналогових носіях, що дозволяє великою мірою автоматизувати емпіричний етап дослідження.

З огляду на це, бум досліджень, заснованих на аналізі публікацій у соціальних мережах, який послідував за популяризацією останніх,

був очікуваним, хоч етичний статус масового збереження персональних публікацій, потенційно асоційованих із різними соціодемографічними чи персональними маркерами, без відома авторів цих публікацій залишається суперечливим [2, с. 45].

Основними методами для пошуку та збереження вебконтенту серед індивідуальних користувачів є так званий скрейпінг даних (від англ. *scrape* – зіскрябувати) та прикладні програмні інтерфейси, або API (від англ. *application programming interface*), які публікуються самими соціальними мережами. Хоча скрейпінг є більш гнучким та універсальним методом, він вимагає суттєво вищого рівня технічних навичок, ніж використання API, та в багатьох випадках порушує офіційні умови користування того чи іншого соцмережевого сервісу. Тож за умови, коли API пропонує доступ до необхідних родів даних у належному обсязі, дослідники схильні покладатися саме на нього.

Реакція сайтів соціальних мереж на зростання цікавості до користувачького контенту на своїх серверах із боку дослідницької спільноти різнилась, однак консенсус серед найбільших гравців ринку тривалий час полягав у толеруванні цього сценарію використання своїх даних та ставленні до нього з «пасивною апатією» [3, с. 3]. Можна сказати, що принцип відкритості даних до машинної обробки з боку третіх сторін – як компаній так і індивідів – був закладений у ССМ на системному рівні, адже на ранніх етапах існування незалежних соцмережових проєктів від того, наскільки багато інших систем чи платформ зможе взаємодіяти з ними, залежало те, наскільки поширеними вони зможуть стати.

Водночас навіть зважаючи на рамкову політику відкритості, довгостроковий тренд полягав у поступовому накопиченні обмежень. Зростання аудиторій соціальних мереж було прямо пропорційним зростанню популярності їхніх API, витрат на їхню підтримку й контроль за недобросовісним використанням. Що більше людей отримували доступ до API-інструментів, то частішали випадки зловживання автоматичним зберіганням великих обсягів користувацьких даних, зокрема й ті, що набували широкого розголосу.

Своєрідною кульмінацією цього довготривалого процесу стала історія дослідницької фірми Cambridge Analytica, яка у 2018-му році перетворилася на об'єкт міжнародного скандалу через заволодіння персональними даними десятків мільйонів користувачів Facebook та їхнє неправомірне використання для таргетування політичної реклами. Користувацькі дані Facebook, що опинилися в центрі скандалу, були зібрані за допомогою API соцмережі Александром Коганом, академіком, який на той час працював у Кембриджському університеті. Інцидент із Facebook та Cambridge Analytica потрапив на шпальти світових ЗМІ та призвів до суттєвих обмежень у роботі API як для Facebook, так і для Instagram (обидві соцмережі мають спільну компанію-власницю) [4].

### *III-чатботи та новий розділ в історії досліджень соцмереж*

Скандал навколо Facebook та Cambridge Analytica призвів не лише до перегляду правил доступу API, а й до широких політичних та соціальних наслідків, ставши в популярному дискурсі своєрідним символом безвідповідального ставлення великих соцмережових компаній до персональних даних своїх користувачів. Однак можна посперечатися, що навіть більш значущий зсув в узагальненому сприйнятті даних соціальних мереж стався значно більш недавно.

ChatGPT, так званий III-чатбот, доступ до якого широка онлайн-спільнота отримала наприкінці 2022-го року, практично одразу став першою глобально успішною спробою поєднати демонстраційну версію так званого породжувального штучного інтелекту (англ. *generative artificial intelligence*) зі зручним та інтуїтивним користувачьким інтерфейсом. Згідно з деякими оцінками, всього за два місяці ChatGPT досягнув понад ста мільйонів щомісячних активних користувачів (стандартна метрика для визначення популярності онлайн-сервісів), оновивши рекорд із найшвидше зростаючого застосування в історії інтернету [5].

Феномен ChatGPT ознаменував досягнення сейсмічного зрушення в розвитку штучного інтелекту та, згідно з журналістськими репортажами [6], призвів до кризових реакцій усередині найбільших технологічних компаній, таких як Google та Meta, які були на різних стадіях розробки власних III-проектів (уже навесні 2023-го року Google випустила власний III-чатбот під назвою Bard). Однак найбільш релевантним для цієї статті наслідком переосмислення рівня й темпу прогресу штучного інтелекту стало безпрецедентно активне обговорення субстрату, в якому «вирощують» великі мовні моделі, такі як GPT-3 та GPT-4 (що лежать в основі ChatGPT), а саме контенту публічних вебсторінок – у тому числі сторінок сайтів соціальних мереж [7].

У результаті, як буде показано нижче, керівництво принаймні деяких із цих сайтів прийшло до висновку, що той величезний масив онлайн-взаємодій живих людей, який останні багато років накопичувався в їхніх дата-центрах, є надзвичайно цінним не лише для точного таргетування рекламних оголошень, але і як матеріал для навчання (чи «тренування») III-моделей. Із цього випливало, що актуальна філософія оперування соцмережових сервісів із її історично зумовленою орієнтацією в бік відкритості та інтероперабельності (можливості співпрацювати з іншими сервісами) даних призвела до втрати потенційно значної частки цієї нововідкритої цінності.

Нарешті, перегляд цієї філософії безпосередньо призвів до значних викликів для принаймні частини дослідницької спільноти, яка покладається в своїх проєктах на дані соціальних мереж. На мою думку, найбільш ілюстративними в цьому плані наразі є кейси Twitter (перейменованого на X у липні 2023-го року), сервісу так званих мікроблогів, який здобув світову популярність своєю імплементацією коротких

повідомлень (або «твітів»), та Reddit, сайту тематичних спільнот та обговорень, який покладається на агрегацію та ранжування покликань на інші вебсторінки та містить багато елементів соціальної мережі.

Сумарна аудиторія кожного з цих сервісів зокрема вимірюється сотнями мільйонів користувачів, хоча жоден із цих сервісів наразі не є популярним в Україні. Незважаючи на невелике проникнення Twitter в укрнеті, особливо відносно інших соцмереж, таких як TikTok чи Facebook, кількість активних користувачів з України на платформі помітно зросла після початку російського вторгнення 2022-го року, досягши, за однією з оцінок, майже 600 тисяч [8]. Reddit в Україні залишається ще більш нішевим сервісом, хоча там, наприклад, поступово з'являються українські ЗМІ, пробуючи капіталізуватися на збільшеному зацікавленні в українських темах із боку міжнародної аудиторії, що стежить за світовими подіями [9].

#### *Приклад X (Twitter)*

Соціальна мережа, що наразі називається X, існувала під назвою Twitter із 2006-го року та тривалий час служила полем для соціологічних досліджень на широкий спектр тем завдяки своєму безплатному API та відносній ресурсоощадності аналізу індивідуальних повідомлень, які аж до 2017-го року мали ліміт у всього 140 символів. Через легкість доступу до свого API Twitter донедавна був найпопулярнішим об'єктом для дослідників онлайн-платформ [10]. Так, за десятиліття, що передувало 2021-му року, за однією з оцінок, дані Twitter були використані в понад десяти тисячах статей [11, с. 1].

Нова ера в існуванні Twitter, і як компанії, і як соцмережі почалася в жовтні 2022-го року, коли технологічний підприємець Ілон Маск викупив Twitter Inc. Він одразу звільнив майже все вище керівництво колишньої публічної компанії, яка стала приватною. Всього за рік із моменту покупки компанії, невдовзі перейменованої на X Corp., Маск із групою лоялістів-керівників запровадили довгий перелік радикально нових політик у функціонуванні схожим чином перехрещеної соціальної мережі. Однією з найпомітніших серед цих політик був великий наголос на просуванні платних підписок різної вартості (відомих як X Premium) як найкращого способу користування соцмережею [12; 13].

На початку 2023-го року соціальна мережа анонсувала рішення про скасування безплатного доступу до свого API, що зрештою було швидко відкликано після критики на користь кількох рівнів доступу – «Безплатний», «Базовий» та «Ентерпрайз». У рамках безоплатного рівня дозволялося лише автоматичне публікування твітів, але не їхнє читання (останнє є необхідним для агрегації публікацій інших користувачів Twitter/X). Для можливості відсилати читальні запити через API тепер потрібно сплачувати принаймні 100 доларів щомісяця, хоча обсяг доступних даних при цьому залишається на кілька порядків меншим відносно того, що раніше можна було отримати безплатно [14]. Так, незважаючи на те, що Twitter пропонував платні версії API

і до ери Маска, безплатний варіант усе ще давав доступ до мільйонів публікацій щомісяця [15]. Однак згідно з новими тарифами, залежно від рівня користування, ціна доступу до API X могла сягати десятків тисяч доларів щомісяця [16].

Ці нові правила на момент своєї першої публікації не робили жодних винятків для сприяння дослідницькій діяльності та не містили конкретних майбутніх кроків у цьому напрямку, окрім загальної декларації про «пошук нових шляхів продовження служіння науці» [17]. Це спричинило занепокоєння як із боку окремих учених соціальних мереж, так і адвокаційних груп, наприклад «Коаліції незалежних технологічних досліджень». Остання опублікувала відкритого листа, привертаючи увагу до негативного впливу, якого нові правила завдавали дослідницькій спільноті [14]. Станом на кінець 2023-го року спеціальної програми доступу API для дослідницьких цілей так і не з'явилося; розробницька платформа X пропонує дослідникам ті самі платні плани, що й для всіх інших [18].

Офіційним поясненням для API-нововведень із боку компанії був високий рівень зловживання безплатним API, що призводив до великої кількості неавтентичних акаунтів (ботів), які займалися шкідливою діяльністю на платформі [19]. Однак пізніші дії Twitter/X дають вагомі підстави припустити, що обмеження API були принаймні частково мотивовані також бажанням припинити неконтрольоване автоматичне експортування даних соцмережі. Влітку Twitter тимчасово відключив можливість перегляду публікацій на сайті для незареєстрованих користувачів. Коментуючи цю зміну, Маск поскаржився на те, що «кілька сотень організацій (можливо, більше) надзвичайно агресивно скреїпили дані Twitter» [20]. Наступного дня мільярдер оголосив чергову несподівану зміну в функціонуванні своєї соціальної мережі: тимчасові обмеження на кількість публікацій, які могли переглянути зареєстровані користувачі в межах доби. Ці обмеження становили 6 тисяч публікацій для «підтверджених» облікових записів (відколи Маск перейняв керування Twitter, підтвердження акаунта можна отримати автоматично як одну з функцій підписки Premium), 600 публікацій для «непідтверджених» акаунтів (без Premium-підписки, яка є необхідною умовою верифікації) та лише 300 публікацій для «нових непідтверджених» акаунтів. Уже наступного дня ліміти були підвищені до 10 тисяч, 1000 й 500 публікацій відповідно. Пояснюючи причини обмежень, Маск заявив, що вони є реакцією на «надзвичайні обсяги скреїпінгу даних та маніпуляції систем» (не надавши будь-яких подальших деталей чи доказів своїх слів) [21].

Окрім того, X Corp. почала переслідувати звинувачення про скреїпінг своїх даних у судовому порядку. Зокрема, компанія подала позов на одну з ізраїльських фірм за «нелегальний скреїпінг даних технологічних компаній, як-от X Corp.» [22], а також на неприбуткову організацію «Центр протидії цифровій ненависті» (англ. Center

for Countering Digital Hate) за «незаконний скрейпінг даних Twitter та їхнє використання для створення хибних досліджень про платформу», що, на думку X Corp., спричинило відтік рекламодавців із вебсайту та втрату десятків мільйонів доларів доходу. Незадовго перед цим «Центр протидії цифровій ненависті» опублікував дослідження, в якому наводив докази недостатньої реакції X на випадки мови ненависті в твітах платних підписників [23].

#### *Приклад Reddit*

Іншим кейс-стаді тренду із занепаду культури відкритих онлайн-даних у 2023-му році став Reddit. Цей сервіс тематичних обговорень був заснований 2005-го року, на рік раніше Twitter. Одним із його засновників, а з 2015-го року головним виконавчим директором, є Стів Гаффмен. За кілька місяців після публічного релізу ChatGPT він заявив, що «масив даних Reddit є дуже цінним. Але ми не повинні віддавати цю цінність найбільшим у світі компаніям безоплатно» [24] (OpenAI, компанія-розробниця ChatGPT, має домовленість про стратегічне партнерство з Microsoft, яка зробила мільярдні інвестиції в компанію, переважно у вигляді комп'ютерних потужностей для навчання її ШІ-моделі [25]; звичайно, Гаффмен, найімовірніше, мав на увазі не лише Microsoft, а й інші глобальні технологічні компанії).

Заява гендиректора була зроблена в контексті анонсу Reddit про впровадження платного доступу до свого API. Цей анонс, як і у випадку Twitter/X, зіткнувся з гучною критикою, особливо з боку тих, хто користувався платформою через сторонні програми-клієнти. За кілька тижнів до вступу в силу API-обмежень модератори тисяч Reddit-спільнот у знак протесту зробили свої сторінки недоступними для перегляду сторонніми користувачами. Однак, незважаючи на безпрецедентний масштаб протестів, компанія не змінила своїх планів, увівши в дію платний API першого липня [26].

На відміну від X, нові API-тарифи Reddit були спрямовані першочергово на розробників сторонніх клієнтів Reddit – найбільш інтенсивних користувачів API. Також Reddit, на відміну від X, публічно заявив, що доступ для «некомерційних дослідників та академіків залишається безплатним у межах опублікованого ліміту користування» [27] та опублікував форму для прийняття запитів на надання своїх даних для академічних цілей. Однак через місяць після цієї заяви вищезгадана «Коаліція незалежних технологічних досліджень» випустила звіт про своє опитування користувачів API Reddit (як для дослідницьких, так і недослідницьких цілей), у якому підсумовувала, що «розміті обіцянки» Reddit «не повністю задовольняють потреби дослідників... і дають можливість Reddit блокувати використання API для досліджень» [28]. Справді, для всіх досліджень на основі своїх даних Reddit вимагає отримувати копію перед публікацією [29].

**Висновки і пропозиції.** Протягом понад десятиліття використання даних сайтів соціальних мереж у соціальних дослідженнях було

історією успіху як для дослідницької спільноти, яка могла втілювати раніше нереалістичні за масштабом проекти та заповнювати прогалини в науковому знанні, так і для самих соціальних мереж, які мали нагоду використовувати результати досліджень, щоб зробити свої платформи безпечнішими та більш ефективними для своєї аудиторії.

Однак початок ери породжувального ШІ та запуск низки чатботів, орієнтованих на користування неспеціалістами, спонукали до зміщення сприйняття даних сайтів соціальних мереж – та Web 2.0-контенту загалом – із боку їхніх компаній-власниць. Чергове оновлення політики приватності Google у липні 2023-го року, згідно з яким компанія залишала за собою право використовувати будь-який публічний текст в інтернеті для тренування своїх ШІ-моделей [30], послужило втіленням нового статусу-кво, де цифрові дані розглядаються передусім як ресурс у гонці з побудови найкращої та найбільш комерційно успішної версії штучного інтелекту.

Історії X та Reddit у 2023-му році демонструють, що побічною втраченою в цій технологічній трансформації може стати вільний доступ до соцмережових даних із боку значної частини дослідницької спільноти, особливо незалежних дослідників без університетської афіліації. Впровадження нових підходів до монетизації API становить серйозну загрозу проведенню нових досліджень за допомогою соцмережового контенту та відтворенню результатів уже опублікованих. Крім того, непевності щодо майбутнього додає те, що дії X та Reddit є частиною ширшого тренду, до якого можна включити запровадження надзвичайно обмежуючих умов використання своїх даних іншими великими соціальними платформами, як-от TikTok та LinkedIn [31, с. 6–7] та побоювання щодо закриття CrowdTangle, інструмента, що дозволяв дослідникам та журналістам аналізувати дані Facebook та Instagram [32].

Додаткову небезпеку становлять судові позови, до яких віднедавна вдається X Corp. Зокрема її вищезгадані звинувачення проти «Центру протидії цифровій ненависті» є серйозним викликом, що може призвести до популяризації сприйняття досліджень сайтів соціальних мереж не як діяльності задля кращого розуміння того, що на них відбувається (в інтересах не лише вузького наукового кола, а й глобальної інтернет-аудиторії), але як ворожої стратегії з експліцитною метою заподіяти фінансової шкоди конкретній соцмережовій корпорації. Така тенденція має потенціал стати навіть більш руйнівною для досліджень у сфері сайтів соцмереж, ніж збільшення вартості машинного доступу до публікацій.

Станом на сьогодні вже можна стверджувати, що екосистеми онлайн-досліджень було завдано значної шкоди, оскільки багатьом членам академічної сфери довелося відмовитися від планів збору даних Twitter/X та переорієнтувати дизайни досліджень чи навіть переглянути теми своїх проєктів. Як зазначають представники спільноти, навіть оплата «базового» тарифу доступу до API соцмережі є суттєвим фінансовим тягарем [19].

Отже, у поточному технологічному кліматі, де боротьба за лідерство в сфері штучного інтелекту залишається активною, для дослідників є особливо важливим, по-перше, об'єднання в адвокаційні групи; по-друге, акти колективної дії, що мають на меті привернути увагу ширшої онлайн-спільноти, в тому числі інтернет-регуляторів, до потреби захисту своїх інтересів (які, знову-таки, узгоджуються із суспільним інтересом); і по-третє, на більш загальному рівні, випрацювання нового, справедливого суспільного договору щодо використання користувацьких даних для розвитку ШІ між інтернет-компаніями та їхніми користувачами.

### Список використаної літератури

1. Liu C.-Y., Yu C.-P. Can Facebook use induce well-being?. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2013. Т. 16, № 9. С. 674–678. URL: <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0301> (дата звернення: 24.12.2023).
2. Chapter 2: Users' views of ethics in social media research: informed consent, anonymity, and harm / M. L. Williams та ін. *The Ethics of Online Research*. 2017. С. 27–52. URL: <https://doi.org/10.1108/s2398-601820180000002002> (дата звернення: 24.12.2023).
3. Tromble R. Where have all the data gone? A critical reflection on academic digital research in the post-api age. *Social Media + Society*. 2021. Т. 7, № 1. URL: <https://doi.org/10.1177/2056305121988929> (дата звернення: 24.12.2023).
4. Schroepfer M. An update on our plans to restrict data access on Facebook. *Facebook Newsroom*. URL: <https://about.fb.com/news/2018/04/restricting-data-access/> (дата звернення: 24.12.2023).
5. Hu K. ChatGPT sets record for fastest-growing user base – analyst note. *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/technology/chatgpt-sets-record-fastest-growing-user-base-analyst-note-2023-02-01/> (дата звернення: 24.12.2023).
6. Inside the A.I. arms race that changed Silicon Valley forever / K. Weise та ін. *New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2023/12/05/technology/ai-chatgpt-google-meta.html> (дата звернення: 24.12.2023).
7. Paul K. Meta's new AI assistant trained on public Facebook and Instagram posts. *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/technology/metas-new-ai-chatbot-trained-public-facebook-instagram-posts-2023-09-28/> (дата звернення 24.12.2023).
8. Kemp S. Digital 2023: Ukraine. *DataReportal*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine> (дата звернення: 24.12.2023).
9. Таргачний О. Reddit для медіа: як, навіщо та кому це треба. *Медіамейкер*. URL: <https://mediamaker.me/reddit-dlya-media-yak-navishho-ta-komu-cze-treba-5811/> (дата звернення: 24.12.2023).
10. Kupferschmidt K. Twitter's plan to cut off free data access evokes 'fair amount of panic' among scientists. *Science*. URL: <https://www.science.org/content/article/twitters-plan-cut-free-data-access-evokes-fair-amount-panic-among-scientists> (дата звернення: 24.12.2023).
11. Antonakaki D., Fragopoulou P., Ioannidis S. A survey of Twitter research: data model, graph structure, sentiment analysis and attacks. *Expert Systems with Applications*.

2021. Т. 164. С. 114006. URL: <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114006> (дата звернення: 24.12.2023).

12. Elon Musk's Twitter is a Shakespearean psychodrama set in Silicon Valley / K. Wagner та ін. *Bloomberg*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/features/2022-12-14/elon-musk-twitter-ownership-full-of-firings-ad-cuts-chaos> (дата звернення: 24.12.2023).

13. Milmo, D. 'Musk destroyed all that': Twitter's business is flailing after a year of Elon. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2023/oct/27/elon-musk-x-twitter-takeover-revenue-users-advertising> (дата звернення: 24.12.2023).

14. Executive Board. Letter: Twitter's new API plans will devastate public interest research. *The Coalition for Independent Technology Research*. URL: <https://independenttechresearch.org/letter-twitters-new-api-plans-will-devastate-public-interest-research/> (дата звернення: 24.12.2023).

15. Mehta I. Twitter's restrictive API may leave researchers out in the cold. *TechCrunch*. URL: <https://techcrunch.com/2023/02/14/twitters-restrictive-api-may-leave-researchers-out-in-the-cold/> (дата звернення: 24.12.2023).

16. Stokel-Walker C. Twitter's \$42,000-per-month API prices out nearly everyone. *WIRED UK*. URL: <https://www.wired.co.uk/article/twitter-data-api-prices-out-nearly-everyone> (дата звернення: 24.12.2023).

17. Розробники X. [Служіння академічній спільноті]. X. URL: <https://x.com/XDevelopers/status/1641222788911624192> (дата звернення: 24.12.2023).

18. Academic research. *X Developer Platform*. URL: <https://developer.x.com/en/use-cases/do-research/academic-research> (дата звернення: 24.12.2023).

19. Fung B. Elon Musk pledged transparency at Twitter. But he's walling off researchers. *CNN Business*. URL: <https://edition.cnn.com/2023/02/09/tech/musk-twitter-transparency-researchers/index.html> (дата звернення: 24.12.2023).

20. Musk E. [Тимчасові ліміти]. X. URL: <https://x.com/elonmusk/status/1675187969420828672> (дата звернення: 24.12.2023).

21. Saligrama, A. Musk says Twitter will limit how many tweets users can read. *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/technology/musk-says-twitter-applies-temporary-limit-address-data-scraping-system-2023-07-01/> (дата звернення: 24.12.2023).

22. Wrobel S. Musk's X Corp sues Israel's Bright Data for scraping data. *The Times of Israel*. URL: <https://www.timesofisrael.com/musks-x-corp-sues-israels-bright-data-for-illegally-scraping-data/> (дата звернення: 24.12.2023).

23. Roth E. Elon Musk's X sues anti-hate researchers for allegedly scraping data from Twitter. *The Verge*. URL: <https://www.theverge.com/2023/8/1/23815515/twitter-ccdh-anti-hate-research-group-lawsuit> (дата звернення: 24.12.2023).

24. Isaac M. Reddit wants to get paid for helping to teach big A.I. systems. *New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2023/04/18/technology/reddit-ai-openai-google.html> (дата звернення: 24.12.2023).

25. Albergotti R. OpenAI has received just a fraction of Microsoft's \$10 billion investment. *Semafor*. URL: <https://www.semafor.com/article/11/18/2023/openai-has-received-just-a-fraction-of-microsofts-10-billion-investment> (дата звернення: 24.12.2023).

26. Peters J. How Reddit crushed the biggest protest in its history. *The Verge*. URL: <https://www.theverge.com/23779477/reddit-protest-blackouts-crushed> (дата звернення: 24.12.2023).

27. Key facts to understanding Reddit's recent API updates. *Reddit Blog*. URL: <https://www.redditinc.com/blog/apifacts> (дата звернення: 24.12.2023).

28. Survey report: Reddit's actions continue to undermine moderation & research / S. Gilbert та ін. *The Coalition for Independent Technology Research*. URL: <https://independenttechresearch.org/reddit-survey-results/> (дата звернення: 24.12.2023).

29. Reddit developer services: Research. *Reddit*. URL: [https://support.reddithelp.com/hc/en-us/articles/14945211791892#h\\_01H69EJ3EFY7G7HNV17ASH24KS](https://support.reddithelp.com/hc/en-us/articles/14945211791892#h_01H69EJ3EFY7G7HNV17ASH24KS) (дата звернення: 24.12.2023).

30. Germain T. Google says it'll scrape everything you post online for AI. *Gizmodo*. URL: <https://gizmodo.com/google-says-itll-scrape-everything-you-post-online-for-1850601486> (дата звернення: 24.12.2023).

31. Platform-controlled social media APIs threaten open science / B. I. Davidson та ін. *Nature Human Behaviour*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01750-2> (дата звернення: 24.12.2023).

32. Facebook's gutting of CrowdTangle: a step backward for platform transparency. *Algorithm Watch*. URL: <https://algorithmwatch.org/en/crowdtangle-platform-transparency/> (дата звернення: 24.12.2023).

### **Lyubenko R. Ya., Puhachova O. H. Risks of mainstream generative AI for social networking sites' research**

*The article discusses the causes and early effects of the current crisis in free machine access to aggregated social networking sites' data using application programming interfaces, or API. In particular, the cases of such popular websites as Twitter (recently renamed to X) and Reddit are considered. The main factors leading to the regime of relatively unfettered access to mass online data before the surge of so-called AI chatbots, the most popular among them currently being ChatGPT from the American company OpenAI, are analyzed. The text explains, how exactly the breakthrough in the space of generative AI, heralded by the public launch of ChatGPT at the end of 2022, is related to the changes in API access policies on the part of the biggest social networking sites. The actions of social network X and topical discussions site Reddit around the research community's access to their data through API during 2023 are summarized; they show the causal link between the AI "arms race" and the crisis of research that relies on social networks' data especially clearly. Particular attention is paid to the pattern of limitations imposed by X on its posts as well as the company's litigious tendency in trying to control the usage of its data. Also, the article demonstrates how the new Reddit API rules, despite their more narrow impact, are still unfavorable to the researchers. The harmful consequences, which the researchers either have suffered or might suffer due to the new trends in how social networking sites tend to manage their data are described. The importance and relevance of further developing the research based on social networking sites data, in particular through easy API access, both to the academic community and social networks' users and leadership, is highlighted. The analysis conducted gives grounds to suggest that right now, during the major rethinking of what the value of user data is, the protection of the interests of researchers who study social networks and the Internet in general is especially pertinent.*

**Key words:** social networking sites, generative AI, Twitter (X), Reddit, application programming interface (API).

УДК 316.65:316.35:316.42

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.6>

**С. В. ХОБТА**

кандидат соціологічних наук,  
доцент кафедри соціології та філософії  
ДЗ «Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка»

**К. М. КОТЕЛЕНЕЦЬ**

кандидат соціологічних наук,  
доцент кафедри соціології та філософії  
ДЗ «Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка»

## ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕНЬ З ДИТЯЧОЮ АУДИТОРІЄЮ

*В статті розглядаються особливості емпіричних досліджень з дитячою аудиторією. Показано, що дитяча аудиторія є об'єктом зацікавленості різних наук – психології, економіки, педагогіки, демографії, соціології. Наразі досліджень дитячої аудиторії в Україні стає більше. Це пов'язано як із розширенням тематики цих досліджень на глобальному рівні (загальне поглиблення розуміння важливості дослідження цієї групи, розуміння необхідності формування у молодого покоління ціннісної системи, ґрунтованої на принципах сталого розвитку, з'являються нові виклики, пов'язані розвитком комунікаційних технологій і штучного інтелекту, тощо), так і з тим, що у зв'язку з війною, Україна опинилась у групі «вразливих» суспільств, де існує гостра потреба в дослідженні гуманітарних проблем, моніторингу міжнародної допомоги, а діти – одна з ключових вразливих соціальних груп, яка привертає до себе особливу увагу.*

*Зростання інтересу до дитячої аудиторії в світі і в Україні зумовлює необхідність аналізу методології дослідження цієї групи. Автори, на основі опублікованих досліджень, особистого досвіду роботи, спілкування з колегами-практиками, виокремлюють організаційні, етичні і методичні особливості роботи з дитячою групою в соціальних дослідженнях: дитино центричний підхід; відмова від формату гри на користь короткого інтерв'ю; використання проєктивних підходів і стимульних матеріалів, які допомагають як тримати увагу дітей, так і легше отримувати відповіді на питання по оцінці і ставленню; необхідність контролю тривалості опитування і присутності дорослих. Особлива увага приділена питанню захисту персональних даних дітей. Зокрема, продемонстровано, що наразі, з огляду на те, що більшість досліджень з дітьми виконуються в межах міжнародних проєктів, виникає необхідність слідувати європейським стандартам щодо захисту даних (вимогам GDPR), з використанням анонімізації або псевдоанонімізації даних.*

**Ключові слова:** дитяча аудиторія, соціальні дослідження, якісні дослідження, діти, підлітки, фокусовані групові інтерв'ю, модератор, захист персональних даних, анонімізація та псевдоанонімізація персональних даних, GDPR, кодекс професійної етики соціолога.

**Постановка проблеми.** Дитяча аудиторія є об'єктом зацікавленості різних галузей знання – психології, медицини, права, економіки, педагогіки, демографії, соціальної роботи і соціології. Наразі досліджень дитячої аудиторії стає більше. З одного боку це пов'язано із загально-освітньою тенденцією до інтенсифікації досліджень дітей і молоді. Все більше зростає переконання у необхідності формування у молодого покоління ціннісної системи, ґрунтованої на принципах сталого розвитку, що обумовлює необхідність глибшого дослідження цієї групи. Розвиток комунікаційних, цифрових технологій, штучного інтелекту зумовлюють нові виклики, які привертають увагу саме до цієї групи, для якої цифрова реальність є природньою, а не новою, як для старшого покоління. З іншого боку, у зв'язку з війною, Україна опинилась у групі «вразливих» суспільств, де існує гостра потреба в моніторингу гуманітарних і соціальних проблем «вразливих» груп, а діти – одна з таких соціальних груп.

Зростання інтересу до дитячої аудиторії в світі і в Україні зумовлюють необхідність аналізу методології дослідження цієї групи. **Завдання цієї статті** – по-перше, показати високу увагу до дитячої аудиторії; по-друге, визначити актуальні теми досліджень дитячої аудиторії в сучасній науці (зокрема, в психології, маркетингу, педагогіці, соціології) і, по-третє, на основі опублікованих досліджень та особистого досвіду роботи, спілкування з колегами, виокремити організаційні, етичні і методичні особливості роботи з дитячою цільовою групою в соціальних дослідженнях.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зауважимо, що в літературі і дослідницькій практиці дослідження «дітей» може передбачати різну вікову аудиторію: «діти» («children»), «підлітки» (adolescent) та «молодь» («youth»). Власне «діти» («children») частіше цікавлять **медичну науку** (наприклад, скринінги розвитку дітей на певному місяці/році життя) [1; 2]. В соціальних дослідженнях, коли збір інформації передбачає не тільки метод спостереження, а й опитування, частіше мають справу з підлітками та молоддю. Іноді говорять про «молодь», іноді розрізняють «дітей/підлітків» (10–14 років) та «молодь» (15–22 роки) [див. на приклад 3].

У різних сфер знання, свій фокус аналізу дитячої аудиторії. Дітей як об'єкт економічного інтересу пропонуємо розглянути на прикладі **маркетингу та банківської сфери**. Почнемо з маркетингу. Маркетологами діти розглядаються по-перше, як драйвер споживачької поведінки батьків, бо вподобання дитини є ключовим мотивом батьків придбати товар, а по-друге, як майбутні споживачі. Дослідження проводяться, щоб зрозуміти на що і як краще реагують діти в плані образів чи смаків. Про важливість цієї групи свідчать витрати. Наприклад, у 1983 році компанії витратили 100 мільйонів доларів на маркетинг для дітей. У двохсотих (2007) вони витрачали майже 17 мільярдів доларів на рік. Це вдвічі більше, ніж у 1992 році. Про виправданість цих витрат

теж свідчать цифри. Є дані, що діти у віці від 8 до 12 років щороку витрачають 30 мільярдів доларів власних грошей і впливають на ще 150 мільярдів доларів на витрати батьків. Називають цифри в 300 мільярдів доларів [4] і інші вражаючі цифри [5; 6; 7]. Зрозуміло, що виробники не можуть ігнорувати значну купівельну спроможність дітей, дедалі більше орієнтуючись в рекламі на підлітків і навіть молодших дітей. В маркетингу виділяють три важливих вікових періоди дитини, цікавих з точки зору реклами продуктів і послуг: 1–3 роки; 3–7 років; 7–11 років. Після 11 років дитина проявляє інтерес до реклами на тому ж рівні, що й доросла людина [8].

Рекламодавці знають, що діти є споживачами завтрашнього дня і намагаються розвивати першу лояльність до певних продуктів чи брендів. Наприклад, Toyota привертає молодшу аудиторію своєю присутністю у віртуальних іграх та освітніх порталах Gaia, There і Whyville [9]. Аналіз витрат дітей показує, що з віком їх характер змінюється. Наприклад, за даними Kantar, іграшки та ігри очолюють список того, на що діти 7–10 років витрачають, за їх словами, свої гроші, а для 11–14-річних трійку лідерів за витратами грошей займають вже чіпси/солодощі/шоколад, напої та прогулянки [10]. Відповідно, в залежності від віку, рекламодавці орієнтуються на різні канали інформування і форми подачі.

В умовах, коли увага дитини стає товаром, суспільство намагається це обмежити через певний контроль в сфері реклами товарів для дітей [11; 12; 13]. У світі існує спеціальний правовий режим, що стосується реклами, спрямованої на дітей (включно з рекламою дитячих товарів), і реклами товарів, послуг, продаж яких дітям обмежений чи заборонений. На Заході тема обговорюється давно в тому контексті, що діти досить легко стають об'єктом маніпуляцій. Наприклад, виявлено, що діти не усвідомлюють, що спортсменам у телевізійних рекламних роликах платять за рекламу продуктів. Діти також вважають, що діти в рекламі – справжні, а не платні актори, і плутають рекламу з новинами. Підкреслюється, що в особливій групі ризику старші діти, оскільки вони формують свою дорослу ідентичність і сприйнятливі до тиску суспільства, щоб відповідати певним стандартам. Реклама може спонукати підлітків шукати щастя і самооцінку через комерційне споживання [6; 14].

В деяких публікаціях з маркетингу можна знайти маркетингові інструменти або канали, через які працюють з дитячою аудиторією, наприклад, особливості впливу через лідерів думок (alpha girl, secret agent) [5; 10]. Легко помітити, що реклама ефективно експлуатує популярні медійні продукти для дітей та підлітків – мультфільми, фільми, фігури загально відомих героїв. Наприклад, Danone має продукти, на упаковці яких зображені герої мультсеріалу «Щенячий Патруль». В соціальній рекламі можна бачити вдале використання фігури песика Патрона Фондом ЮНІСЕФ для просвітницької кампанії щодо мінної

безпеки або залучення акторів серіалу «Школа» Ани Трінчер та Богдана Осадчука для просування кампанії з менструальної гігієни серед підлітків. В цілому, тематика впливу реклами на дитячу аудиторію є новою та недостатньо висвітленою [12].

Підсумовуючи, розвиток дитячого маркетингу, який передбачає дослідження аудиторії не тільки батьків, але й дітей, відбувається з трьох основних причин: а) будь-яка реклама створює звички дітей як споживача, діти підсвідомо привчаються до певних брендів в найбільш юному віці; б) діти мають вплив на батьків в питанні покупок тих чи інших товарів, вони – драйвер споживацької поведінки батьків; в) у багатьох дітей бувають гроші на кишенькові витрати, відповідно, вони самі можуть здійснювати покупки.

З останнім вказаним пунктом пов'язана тема формування фінансової грамотності/культури дітей. Зацікавлені в цьому батьки, але намагаються очолити процес банки. Наприклад, Приватбанк пропонує картку Юніора для дітей від 6 до 17 років. Це позиціонується як можливість контролювати витрати дитини для батьків, і як безкоштовне навчання в школі фінансової грамотності банку для дітей, розширення самостійності дітей у витратах. Кейс картки Юніора Приватбанку може бути гарною ілюстрацією складності дитячого ринку – він двоспрямований: має задовольнити потреби батьків, бо вони сплачують послугу/товар і водночас має зацікавити дитину, бо інакше дитина не буде цим користуватися.

Дослідження з дітьми **в педагогіці** просто позначимо, бо навчальні заклади (школи, університети) є класичними майданчиками для збору емпіричного матеріалу в педагогіці і можна наводити безкінечний список прикладів.

В **психології та психіатрії** дитинство є надзвичайно важливим етапом розвитку психіки людини, а дитячі травми розглядаються як одна із ключових детермінант, що визначають здоров'я та благополуччя людини протягом усього життя [15]. Приміром, за офіційними даними, 20% дітей та 10% дорослих у світі страждають на психічні розлади. При цьому 30% усіх нефатальних захворювань припадає на психічні розлади. Найпоширенішими з них вважаються депресія та тривожні розлади, що складають 10% і 4% відповідно. Щодо поширеності психічних розладів серед дітей та підлітків, то на молодь припадає 8,9% випадків від загальної кількості осіб молодого віку у всьому світі [16]. У зв'язку з цим заходи, спрямовані на профілактику та лікування психічних розладів, розглядаються в руслі пошуку заходів щодо скорочення кількості травмуючих подій у дитинстві, розширення посттравматичної підтримки дітей та підлітків та підвищення загальної стійкості цих уразливих груп до негативних впливів. За висновками фахівців, для цього необхідне розуміння культурних контекстів, що визначають сприйняття, норми та форми поведінки, контекстів, у яких відбувається переживання, осмислення та вжиття заходів у відповідь щодо подібної травми.

Основні фактори, що викликають проблеми у дітей, які призводять до депресій, спроб самогубства, актів самопошкодження, зловживання психоактивними засобами і т.п. вбачають у неналежному задоволенні основних психологічних потреб дитини у родині, а також негативному впливі однолітків. Однак, навіть, якщо у родині добре піклуються про дитину, вона може отримати травму у повсякденному житті, наприклад, через булінг. Тривалий час тема цькування, не обговорювалась. Тільки останні десятиліття тему активно почали обговорювати і створювати центри допомоги. Зокрема і в Україні тема травлі чи булінгу в школі набула широкого розголосу і законодавчого врегулювання у 2019 році [17].

Спеціалісти відзначають потребу в дестигматизації психолого-психіатричної допомоги дітям [18], популярним стала тема психоедукації, бо потрібна культура профілактики психологічних проблем через звернення до відповідного фахівця, яка в нашому суспільстві ще недостатньо розвинута.

Через вагому соціальну складову дослідження, які спрямовані на моніторинг психічного самопочуття і здоров'я, дитячої і підліткової адиктивної поведінки, ми би віднесли до класу **соціальних досліджень**, які становлять для нас особливий інтерес і на яких ми би хотіли зупинитися більш детально.

Дослідження дитячої аудиторії соціального характеру в Україні часто ініціюються міжнародними фондами і здійснюються за уніфікованою глобальною методологією для забезпечення можливості компаративного аналізу. Прикладом можуть бути дослідження, які проводяться під егідою ЮНІСЕФ, ВООЗ. В цих проектах методологія ретельно описана і часто міститься на сайтах відповідних організацій. Локальні агенції відповідальні за «локалізацію», тобто адаптацію методології та інструментарію до ситуації конкретної країни. Наприклад, в певних умовах деякі питання можуть бути вкрай чутливими (мова, ставлення до певних груп, історії, країн).

Великим спеціалістом в дослідженнях з дитячою аудиторією в соціологічному співтоваристві була Ольга Миколаївна Балакірева. Наприклад, в Україні під її керівництвом були проведені такі дослідження: «Молодь за здоров'я», «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді» (HBSC), «Європейське опитування учнів щодо вживання алкоголю та інших наркотичних речовин» (ESPAD), проект «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді, дослідження для розуміння раннього ризику ВІЛ серед дівчат-підлітків і молодих жінок» [19] та інші.

Соціально-гуманітарні дослідження з дітьми реалізують також донорські організації, які надають фінансову підтримку окремим ініціативам. Донори не хочуть бути «сліпими» щодо використання коштів, вимагаючи моніторинг ефективності діяльності та обґрунтування необхідності залучення цільових коштів.

В Україні увага до дитячої аудиторії була підсилена пандемією COVID-19, яка стимулювала дослідження особливостей переходу навчального процесу в онлайн. Початок повномасштабної війни додав нові теми: дослідження емоційного стану, технічного забезпечення навчання в онлайні, потреби дітей під час війни. При чому дослідження дітей – це не тільки розвідки академічних соціологів, державних інституцій, але й недержавних. Зокрема, дослідження Bird in Flight, БФ Добродії [20; 21; 22].

**Актуальні питання загальної проблеми, яким присвячується означена стаття.** Без претензії на вичерпність огляду, ми сподівались продемонструвати, що дослідження з дитячою аудиторією дійсно поширені і різнопланові. З огляду на це обмін досвідом з практики досліджень, які наразі проводяться в Україні з дитячою аудиторією, є важливою складовою росту експертизи вітчизняних дослідників в роботі з дитячою аудиторією.

Соціальні дослідження часто фіксуються на дітях середнього та старшого віку. З цього віку діти можуть вже самостійно відповідати на запитання, заповнювати опитувальники. Тому варто зупинитися на особливостях підлітків. Підлітковий вік – це період розвитку, пов'язаний з підвищеною небезпечною поведінкою та унікальною чутливістю до зовнішнього впливу, соціального контексту, що супроводжується серйозними змінами в мозку, що розвивається [23]. Соціальний світ підлітків характеризується підвищеною значимістю стосунків з однолітками, важливістю соціальної оцінки. У присутності однолітків частіше демонструються ризиковану поведінку для здоров'я, у тому числі ризиковане водіння, азартні ігри та куріння. Так, дослідження свідчать, що присутність однолітків збільшує прийняття ризику серед підлітків, що пов'язано з більшою активністю, що винагороджується, тоді як присутність батьків зменшує прийняття ризику, що пов'язано зі зниженням активності, що винагороджується і підвищений когнітивного контролю [23].

Хоча в орієнтації підлітків домінує орієнтація на однолітків, намагання отримати або продемонструвати незалежність від батьків, родина грає велику роль у формуванні поведінки та настанов підлітків [23]. За даними досліджень, що сімейні стосунки мають тенденцію до ослаблення у ранньому та середньому підлітковому віці (вік 10–15 років), але якість стосунків між батьками та дітьми незначно покращується або залишається стабільною у пізні підліткові роки (вік 16–19 років) [24, с. 472]. Оцінка зв'язку з матір'ю знижується в підлітковому віці, але залишалися відносно стабільною в більш старшому віці. Зв'язок з батьком з часом зменшувалася в обох періодах розвитку (див. рис. 1).

**Виклад основного матеріалу.** Спираючись на опубліковані дослідження, власний довід і досвід колег, можна виокремити особливості організації та планування досліджень методом опитування з дитячою аудиторією, на які потрібно зважати і враховувати.

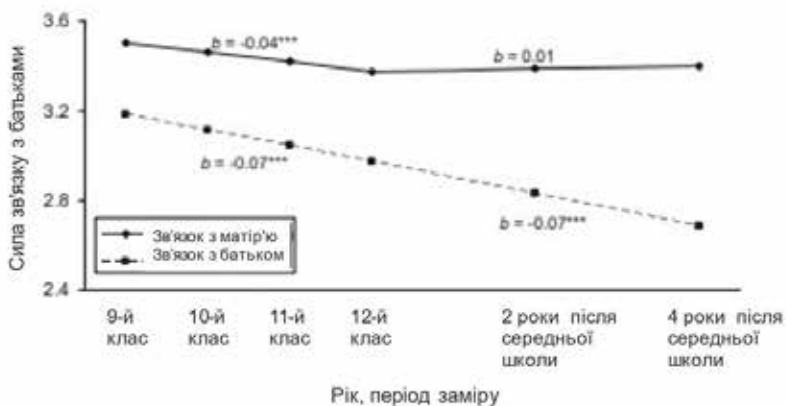


Рис. 1 Оцінка зв'язку з батьками у різному віці (взято з [24, с. 472])

**Дитино центричний підхід, гуманістичне зобов'язання.** В загальному сенсі йдеться про етичний принцип «Не нашкодь», коли соціолог має справу з будь-якою аудиторією або «гуманістичний обов'язок», за яким дослідники мають не лише піклуватися про тих, хто бере участь у їхніх дослідженнях, але й науковий обов'язок розкривати інформацію, яка приносить користь суспільству [25]. У випадку досліджень з дітьми/підлітками, важливо зайняти дитино центричну позицію: зосередити увагу на важливому для молодих людей, почути їх, спробувати зрозуміти їх досвід, не приймати рішень без врахування їх потреб і думки. Навіть у випадках дослідження чутливих тем, дитино центричний підхід дозволяє знайти можливість спілкуватися з молоддю на чутливі теми, якщо побудувати діалог не на моралізаторських основах, а фокусуючись на потребах молоді.

Прикладом є велике дослідження з вивчення молоді та порнографії у Новій Зеландії серед підлітків у віці 14–17 років (було опитано майже 1% когорти 14–17 років країни). Його результатом стала масштабна медійна кампанія щодо гігієни спілкування в онлайні<sup>1</sup>. Інсайтом було те, що для молоді порнографія є фактом життя, і що вона використовується, щоб спробувати зрозуміти, що таке секс. Тобто не дивлячись

<sup>1</sup> Спираючись на результати цього дослідження, Департамент внутрішніх справ Нової Зеландії розпочав у 2020 році запуск кампанії «Keep It Real Online», орієнтовану як на молодих людей, так і на батьків та осіб, які доглядають за ними. Веб-сайт кампанії надає інструменти, поради та підтримку, щоб допомогти людям краще зрозуміти та вирішувати різні проблеми, пов'язані з впливом на молодих людей порнографії, булінгу, грумінгу (grooming) (див. <https://www.keepitreallonline.govt.nz/>)

на те, що комерційне порно – це продукт, створений для дорослих з певною метою, молоді люди використовують його як спосіб зрозуміти секс, і отримують досить серйозні суперечливу та запутану інформацію про секс та образ тіла [26].

Існують окремі рекомендації щодо роботи з дітьми-свідками травмуючих подій, наприклад в криміналістиці, де для кожної вікової групи або «стадії розвитку» дитини відпрацьовані підходи до опитування [27, с. 2]. Доречі автори говорять, що якщо вибудувати з дитиною «вільну бесіду», то розповіді/свідчення дітей, зокрема 7–12 років, такі ж точні, як і свідчення дорослих. При цьому дівчата забезпечують більш точні та повні відповіді, ніж їхні однолітки-хлопчики [27, с. 4].

**Вікові обмеження і обмеження тривалості опитування.** Досвід показує, що дітям до 6 років важко концентрувати увагу. Школа навчає цьому і вже більш старші діти, підлітки, можуть бути респондентами для опитування. Для роботи з дітьми слід лімітувати час проведення опитування – 15–20 хвилин. Це стосується як кількісних, так і якісних досліджень. Майстерний модератор/інтерв'юер може тримати увагу дитини до 30 хвилин. Існують чуттєві вікові групи, зокрема, діти 12–14 років. Тут потрібно зважати, що дівчата 12–13 років дуже відрізняються від хлопці 12–13 років: дівчата легко розмірковують, мають плани, говорять «по дорослому», тоді як хлопці дуже скупі на відповіді, мовчазні і важче формулюють свої думки.

При розробці інструментарію слід знати, що з дітьми добре працюють **стимульні матеріали**. Стимульні матеріали вирішують два завдання: утримати увагу і допомогти у відповіді дитині. Варто продумати візуальні матеріали, наприклад, емоджі, які можна використовувати замість вербальної реакції, особливо, якщо вам потрібно отримати диференційовану оцінку певного дизайну/концепту/активностей. Дітям важко аналітично калібрувати свою оцінку, тому в цьому візуальні матеріали добре допомагають. Зокрема, досвідчені модератори говорять, що маленьким дітям, як правило, «все подобається», тому покладатися на їх аналітичні здібності не варто. Подібної думки дотримується і польська дослідниця Малгожата Тепліц-Віневська (Małgorzata Toeplitz-Winiewska), коли пише, що під час інтерв'ю діти у віці 4–6 років інтерв'юер не повинен запитувати про те, скільки разів відбулася подія, бо діти цього віку, навіть якщо вони вміють рахувати, не можуть застосувати цю навичку для визначення частоти події. Вони можуть розрізнити лише «багато» і «мало» [27, с. 4].

**В якому форматі варто проводити опитування?** Стосовно молодшої дитячої аудиторії і якісних досліджень, обговорюється, наскільки формат гри є ефективним. Дослідники збігаються в думці, що гратися – не ефективно. Молодші діти (до 6 років) швидко втрачають увагу, а коли опитування проводять у формі гри, то вони починають гратися, зовсім відволікаються і їх важко повернути до теми. **Коротка, відкрита розмова – краще, ніж гра.** Використання проєктивних методик,

прохання намалювати, зробити аплікацію (що є продовженням теми використання стимульних матеріалів) показує добру ефективність.

**Мова інтерв'ю.** Дослідження з дитячою аудиторією, так само як дослідження з іншими цільовими, вимагають ясної, однозначної, зрозумілої мови інструментарію і спілкування під час інтерв'ю. Таким чином, в дослідженнях з дітьми бажано орієнтуватися на три принципи: візуально, просто, коротко.

З дитячою аудиторією потрібно говорити **на «дитячій» мові**, але це не означає «сюсюкати». Це означає знати їх контекст, володіти їх тезаурусом. Наприклад, знати популярних лялок та героїв мультфільмів, які дивляться діти цього віку. Особливо це важливо для підлітків. **Підліткам подобається**, щоб з ними говорили на рівних і не «якось тьотя/дядя», людина, яка знає, що зараз дивляться в Тік Ток, тренди в музиці і кіно, що зараз актуально в їх середовищі; коли вони бачать, що їх світ важливий; коли їм надають майданчик, де їх почують. Тоді вони готові говорити і на чутливі теми. Так, одним із ключових висновків вище згаданого дослідження «Keep It Real Online» було те, що якщо ви дасте молодим людям можливість і безпечний простір для розмови на глибоко особисту тему, як-от порнографія, вони будуть брати участь дуже відверто, прямо й чесно [26]. І для цього зовсім не обов'язково, щоб модератор/інтерв'юер був психологом.

Питання про те, чи в дослідженні з дітьми **модератор/інтерв'юер має бути психологом**, дискутується стосовно якісних досліджень, зокрема фокусованих групових інтерв'ю (ФГД). Як ми зазначили вище – це не обов'язково. Набагато цінніше, якщо модератор/інтерв'юер може добре управляти груповою динамікою. Так, якщо на дитячій групі з'являється «конкурент модератора», то, як говорять досвідчені модератори, його «нейтралізація» стає непростим завданням. Спостерігається, що діти більш гостро реагують на розподіл ролей учасників, ніж дорослі. При появі яскравого лідера всі інші учасники часто замовкають (це характерно для всіх вікових груп дітей). Особливості групової динаміки в ФГД з дітьми обумовлюють особливості складу груп. Те, що підліткові групи мають бути гомогенні за статтю, відомо. Ми додамо, що потрібно враховувати, так би мовити, «чуттєві вікові інтервали» (зокрема вік з 12 по 14 років) і обережно зводити цих дітей в одну групу, бо їх інтереси дуже відрізняються.

**Кількість учасників ФГД** залежить від віку. Шість учасників – це дуже багато, якщо діти до 12 років. Для дітей молодше 12 років рекомендують діади і тріади або глибинні інтерв'ю.

**Особливості рекрутингу.** У випадку досліджень з молоддю з категорії вразливих соціальних груп, рекомендують першорядне значення приділяти захисту анонімності учасників [28]. Один зі шляхів – використання для рекрутингу партнерські організації, групи стейкхолдерів (наприклад, місцеві органи влади, благодійні організації, тощо). Потрібно зауважити, що коли йдеться про категорію соціально

вразливих груп, то часто потенційні респонденти мають втому від досліджень, бо до донорських та гуманітарних організацій, які їм допомагають, постійно звертаються по допомогу у рекрутингу. Особливо, якщо це важко досяжні групи, наприклад, хворі на такі хвороби як хворі на СНІД, особи, які страждають на алкоголізм, вживають наркотики.

Якщо рекрутинг відбувається через стейкхолдерів, а не здійснюється дослідницькою компанією самостійно, то вирішується не тільки питання набору респондентів, але й непросте питання охорони персональних даних дітей. Фонди, благодійні організації для передачі контактів своїх бенефіціарів, мають отримати від них на це згоду, без цього передавати бази даних третім особам, які необхідні для формування вибірки чи рекрутингу – заборонено. Якщо рекрут дітей для участі в дослідженні здійснює дослідницька агенція, то команда повинна подбати про надійне збереження, передачу і доступ до цих даних.

**Питання захисту персональних даних** в Україні набуло актуальності у зв'язку з євроінтеграційними тенденціями. Зокрема, правила гри у сфері захисту персональних даних кардинально змінив такий документ як General Data Protection Regulation (GDPR). Незважаючи на те, що GDPR є внутрішнім актом Європейського Союзу (ЄС), у певних випадках він має екстериторіальну дію. Тому компанії, які співпрацюють з міжнародними структурами, або є частиною міжнародних компаній, мають дотримуватися вимог цього документу [29].

Якщо ви можете ідентифікувати когось із певної інформації, вона класифікується як персональні дані. Деякі приклади є очевидними – наприклад, імена, адреси або номери телефонів. Але це не завжди так просто. Можуть бути випадки, коли об'єднання різних наборів даних, таких як ідентифікатор опитування, номер соціальної картки, кількість дітей в родині або обсяг соціальної допомоги можуть дозволити ідентифікувати людей. Після того, як фізична особа може бути ідентифікована, будь-яка інформація, яка її стосується, може бути розумно пов'язана з нею, також стає персональними даними. Якщо йдеться про персональні дані дітей, то питання їх захисту стає ще важливішим. Згідно з GDPR, діти заслуговують на особливий захист щодо своїх персональних даних, оскільки вони можуть бути менш обізнаними про ризики, наслідки та відповідні гарантії та свої права щодо обробки персональних даних. Спеціальний захист інформації повинен, зокрема, застосовуватися до використання персональних даних дітей для цілей маркетингу або створення особистих профілів чи профілів користувачів, а також до збору персональних даних щодо дітей під час використання послуг, які пропонуються безпосередньо дитині. Базові вимоги полягають в тому, що персональні дані мають бути мінімізовані (як можна менше персональної інформації) і максимально швидко після завершення контролю польових робіт деперсоніфіковані, знеособлені. Тобто повинна бути здійснена анонімізація або псевдоанонімізація даних.

Анонімізація даних означає опрацювання даних у спосіб, який унеможливорює ідентифікацію особи. Основна її мета – анонімізовані дані мають бути такими, що не дозволяють ідентифікувати суб'єкта даних за допомогою «усіх», «ймовірних» і «розумних» засобів (“all” “likely” and “reasonable” means). Псевдонімізація (дані із використанням псевдонімів) – процес, який характеризується зміною характеристик, за допомогою яких можна ідентифікувати суб'єкта даних, на псевдонім (значенням, яке не дозволяє безпосередньо ідентифікувати суб'єкта даних). Найбільш розповсюдженими методами псевдонімізації є шифрування, хеш-функція, токенизація тощо. Псевдонімізація забезпечує лише обмежений захист даних у багатьох випадках, оскільки все ще дозволяє ідентифікацію особи за допомогою непрямих засобів (наприклад, можна ідентифікувати суб'єкта даних шляхом аналізу основних та пов'язаних даних) [30].

Окрім захисту персональних даних GDPR передбачає отримання згоди батьків на участь їх дитини в дослідженні. Ця вимога є і у Кодексі професійної етики соціолога Соціологічної асоціації України. В різних країнах і дослідженнях вік дитини, коли потрібна батьківська згода, може відрізнятися. Найчастіше, згода батьків потрібна, якщо дитині менше, ніж 16 років або 18 років.

Чи дозволяти **присутність дорослих, батьків** під час опитування дитини – питання дискусійне. Батьки виступають за, аргументуючи це тим, що мають право чути, про що запитують їх дитину. Присутність батьків з маленькими дітьми дійсно допомагає, діти почуваються безпечніше, коли батьки в полі їх зору. Чим старше діти, тим більше дорослі впливають на їх комфорт під час інтерв'ю. Хоча, як ми писали вище, в орієнтації підлітків домінує орієнтація на однолітків, є прагнення незалежності від батьків, родина грає велику роль у формуванні поведінки та настанов підлітків. Підлітки можуть давати соціально бажані відповіді, на які, на їх думку, розраховують батьки. В описі методології дослідження ESPAD, наводяться дані, що методологічне дослідження Б'ярнасон (Bjarnason, 1995) показало, що фігура анкетера суттєво не впливає на відповіді, а точніше, немає статистично значущих відмінностей між анкетуванням вчителями та науковими співробітниками (тобто незнайомими/нейтральними особами). Тобто ефект режиму адміністрування опитування методом анкетування є незначним. Але, навіть при застосуванні цього методу рекомендується утриматися від ходіння в класі/аудиторії під час заповнення дитьми опитувальників [30, с. 26]. Якщо ж говорити про метод інтерв'ю, то комфорт і довіра респондента значно більше залежать від ситуації інтерв'ю. Тому дослідники намагаються створити безпечний простір для розмови, щоб забезпечити відвертість і чесність відповідей дітей і не рекомендують бути батькам присутніми під час інтерв'ю.

На завершення, наведемо 10 принципів досліджень за участі дітей, які рекомендує дослідницький центр ЮНІСЕФ «Innocenti», команда

австралійський вчених з Університету Мельбурна. Частина з них загально методологічні, а частина – специфічні для дитячої аудиторії:

1. Залучення, консультації молоді та тих, хто працює з дітьми.
2. Забезпечення приватності, конфіденційності та безпеки дітей та підлітків, що беруть участь у дослідженні.
3. Проведення досліджень із загроз безпеці (наси́льство, заподіяння собі шкоди) мають спиратись на чіткі протоколи, аби гарантувати учасникам безпеку в процесі.
4. Чітка та добровільна згода на участь у дослідженні. Умови участі і вся інформація має надаватися дитині у формі, що відповідає її віку й особливостям сприйняття.
5. Належний зворотній зв'язок та розповсюдження отриманої інформації серед учасників дослідження.
6. Відображення результатів досліджень у формуванні політик та практичних механізмів.
7. Чітко визначена проблема дослідження.
8. Забезпечення відповідності дизайну дослідження його проблемі.
9. Репрезентативність вибірки учасників.
10. Використання методів, що передбачають вирішення наявних проблем та залучають оточення учасників дослідження до процесу [32].

**Висновки.** Отже, дослідження з дитячою аудиторією мають організаційну, етичну і методичну специфіку. Можна виокремити такі особливості роботи з дитячою групою в соціальних дослідженнях: дитино центричний підхід; відмова від формату гри на користь короткого інтерв'ю; використання проєктивних підходів і стимульних матеріалів, які допомагають як тримати увагу дітей, так і полегшують відповіді на питання по оцінці і ставленню; необхідність контролю тривалості опитування і присутності дорослих; необхідність отримання батьківської згоди на участь дитини та контроль захисту персональних даних дітей. З огляду на зростання досліджень з дитячою аудиторією для посилення експертизи в дослідженні цієї цільової групи потрібно продовжувати обмін досвідом між спеціалістами різних галузей знання.

#### **Список використаної літератури**

1. Healthy people 2023. URL: <https://health.gov/healthypeople/objectives-and-data/browse-objectives/child-and-adolescent-development> (дата звернення: 27.12.2023).
2. Katie N. Paulich, J. Megan Ross, Jeffrey M. Lessem, John K. Hewitt Screen time and early adolescent mental health, academic, and social outcomes in 9- and 10- year old children: Utilizing the Adolescent Brain Cognitive Development, // <sup>SM</sup> (ABCD) Study 2021. September 8. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256591> (дата звернення: 27.12.2023)
3. Формування здорового способу життя молоді: проблеми і перспективи / автори : Яременко О. О., канд. екон. наук (керівник авторського колективу); Балакірева О. М., канд. соціол. наук; Вакуленко О. В.; Варбан М. Ю, канд. сихол.

наук; Волинець Л. С., канд. політ. наук; Ганюков О. А., канд. філос. наук; Демченко І. Л., канд. екон. наук; Дудар (Пивоварова) Н. П.; Комарова Н. М., канд. екон. наук; Купчинська М. Л.; Левін Р. Я., канд. пед. наук; Менжулін В. І., канд. філос. наук; Перепелиця М. П.; Пеша І. В. URL: <http://www.health.gov.ua/health.nsf/7cd1e76cd2c16dd6c12565fb002be32d/79a9a308803a86dfc22569fb0031c486?OpenDocument> (дата звернення: 27.12.2023)

4. Lagorio C. Resources: Marketing To Kids, 2007. MAY 14. URL: <https://www.cbsnews.com/news/resources-marketing-to-kids/> (дата звернення: 27.12.2023).

5. Dakss B. Marketing To “Tweens” Going Too Far? 2007. MAY 14. URL: <https://www.cbsnews.com/news/marketing-to-tweens-going-too-far/> (дата звернення: 27.12.2023)

6. Marketing to Children: Tips, Tactics, and Taboos. URL: <https://online.csp.edu/resources/article/marketing-to-children/> (дата звернення: 27.12.2023)

7. ‘Kidfluence’ on family spending strong: YTV Tween Report URL: <https://mediaincanada.com/2008/02/22/tweenreport-20080222/> (дата звернення: 27.12.2023).

8. Реклама для дітей: Особливості дитячого маркетингу. URL: <https://citysites.ua/blog/508> (дата звернення: 27.12.2023)

9. Whyville.net and toyota financial services announce launch of “Scion solutions” Tool Aims to Educate Whyville Users About Financing As They Purchase Virtual Scion Vehicles. URL: <http://www.whyville.net/press/Whyville-Toyota-Financial-Services-October-2006.pdf> (дата звернення: 27.12.2023).

10. Barbie and toy engagement. URL: <https://www.kantar.com/uki/inspiration/advertising-media/barbie-and-toy-engagement> (дата звернення: 27.12.2023)

11. ВР гармонізувала вимоги до якості та реклами дитячого харчування зі стандартами ЄС 21.10.2021 URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/774852.html> (дата звернення: 27.12.2023)

12. Телетов О. С., Іванова Т. Є. Реклама та дитяча аудиторія. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 2. URL: [https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015\\_2\\_48\\_64.pdf](https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_2_48_64.pdf) (дата звернення: 27.12.2023).

13. Реклама та контент, призначений для дітей. URL: <https://support.google.com/adspolicy/answer/9683742?hl=uk> (дата звернення: 27.12.2023).

14. Roy F. Fox Manipulated Kids: Teens Tell How Ads Influence Them. 1995. September 1. URL: <https://www.ascd.org/el/articles/manipulated-kids-teens-tell-how-ads-influence-them> (дата звернення: 27.12.2023).

15. Дорослі діти емоційно незрілих батьків: як позбутися психологічних травм дитинства, полюбити себе і налагодити стосунки з батьками / Ліндсі К. Гібсон ; пер. з англ. Н. Переверзєвої. Київ : Видавець ФОП Переверзєва Н. С., 2021. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Lindsay\\_Carter\\_Gibson/Dorosli\\_dity\\_emotsiino\\_nezriylkh\\_batktiv.pdf?PHPSESSID=vol1q8ehas2as4cmej4pol4d27](https://shron1.chtyvo.org.ua/Lindsay_Carter_Gibson/Dorosli_dity_emotsiino_nezriylkh_batktiv.pdf?PHPSESSID=vol1q8ehas2as4cmej4pol4d27) (дата звернення: 27.12.2023).

16. Психічне здоров'я дітей та підлітків. *NeuroNews: психоневрологія та нейропсихіатрія*. 2016. 8(82). URL: <https://neuronews.com.ua/ua/archive/2016/8%2882%29/pages-5-9/psihichne-zdorov-ya-ditey-ta-pidlitkiv#gsc.tab=0> (дата звернення: 27.12.2023).

17. Закон України. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-19#Text> (дата звернення: 27.12.2023).

18. Миколайчук М. І. Стигматизованість психологічної допомоги серед студентської молоді України та Канади. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2016. IV(49). Issue: 103. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/The-stigmatization-of-psychological-help-seeking-among-students-of-Ukraine-and-Canada-Mykolaychuk-M.-I..pdf> (дата звернення: 27.12.2023).

19. Transitions: Novel Study Methods to Understand Early HIV Risk Among Adolescent Girls and Young Women in Mombasa, Kenya, and Dnipro, Ukraine. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frph.2020.00007/full> (дата звернення: 27.12.2023).

20. «Мені казали, що це самогубство»: Студенти перших курсів про своє рішення залишитися в Україні. 2023. 13 лютого. URL: <https://birdinflight.com/nathnennya-2/dosvid/kazali-shho-tse-samogubstvo.html> (дата звернення: 27.12.2023).

21. 90% українських підлітків хочуть бути корисними у відбудові України. Дослідження Клубу Добродіїв. 2023.03.29. URL: <https://dobrodiy.club/novyny/teenagers-research/> (дата звернення: 27.12.2023).

22. Становище дітей з України в країнах Європи після 24 лютого 2022 року. 2023.06.18. URL: <https://adcmemorial.org/uk/novina-uk/stanovishhe-ditej-z-ukra%dl%97ni-v-kra%dl%97nah-%dl%94vropi-pislya-24-lyutogo-2022-roku/> (дата звернення: 27.12.2023).

23. Ivory Susannah L., Telzer Eva H. Social Cognitive and Affective Neuroscience. 2018. August. 13(9). URL: [https://www.researchgate.net/publication/327209544\\_Differential\\_effects\\_of\\_parent\\_and\\_peer\\_presence\\_on\\_neural\\_correlates\\_of\\_risk-taking\\_in\\_adolescence](https://www.researchgate.net/publication/327209544_Differential_effects_of_parent_and_peer_presence_on_neural_correlates_of_risk-taking_in_adolescence) (дата звернення: 27.12.2023).

24. Tsai, K.M., Telzer, E.H., Fuligni, A.J. Continuity and discontinuity in perceptions of family relationships from adolescence to young adulthood. *Child Development*. 2013. March/April. Volume 84. Number 2, P. 471–484. URL: <https://dsnlab.web.unc.edu/wp-content/uploads/sites/12535/2016/07/Tsai-K.M.-Telzer-E.H.-Fuligni-A.J.-2013.pdf> (дата звернення: 27.12.2023).

25. Sheppard Valerie Research Methods for the Social Sciences: An Introduction Version 3 updated April 16 2021. URL: <https://pressbooks.bccampus.ca/jibcresearchmethods/> (дата звернення: 27.12.2023).

26. Breaking the taboo on youth and porn. Conversation between David Shanks, Chief Censor of New Zealand and Jocelyn Rout, co-Managing Director. Kantar Public New Zealand, Kantar PUBLIC. PUBLIC Journal 05 (turtl.co). URL: <https://www.kantarpublic.com/inspiration/thought-leadership/in-conversation-with-david-shanks-chief-censor-of-new-zealand> (дата звернення: 27.12.2023).

27. Toeplitz-Winiewska M. Development Stages and Methods of Interviewing Children. p. 1–6. URL: <https://canee.net/files/Development%20Stages%20and%20Methods%20of%20Interviewing%20Children.pdf> (дата звернення: 27.12.2023).

28. Consulting with vulnerable young people. Olusheyi Ogunshakin, Research Manager and Alice Coulter, Senior Director. Kantar Public UK. URL: [https://kantar.turtl.co/story/public-journal-05/page/8?utm\\_source=global%20web&utm\\_medium=website&utm\\_campaign=PUBLIC%2005&utm\\_id=PUBLIC%20Journal](https://kantar.turtl.co/story/public-journal-05/page/8?utm_source=global%20web&utm_medium=website&utm_campaign=PUBLIC%2005&utm_id=PUBLIC%20Journal) (дата звернення: 27.12.2023).

29. General Data Protection Regulation GDPR. URL: <https://gdpr-info.eu/> (дата звернення: 27.12.2023).

30. Вплив анонімізації та псевдонімізації на визначення інформації як персональних даних за GDPR. URL: <https://legalitgroup.com/sprava-t-557-20-znachennya-ta-vpliv-na-zahist-danih/> (дата звернення: 27.12.2023).

31. ESPAD 2019. Methodology Methodology of the 2019 European School Survey. Project on Alcohol and other Drugs. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2021. URL: [http://www.espad.org/sites/espad.org/files/TD0221506ENN\\_002.pdf](http://www.espad.org/sites/espad.org/files/TD0221506ENN_002.pdf) (дата звернення: 27.12.2023).

32. 10 принципів якісних і змістовних досліджень за участі дітей. URL: <http://www.hopeandhomes.org.ua/blog/10-principiv-visokojakisnih-i-zmistovnih-doslidzhen-za-uchasti-ditej/> (дата звернення: 27.12.2023).

**Khobta S. V., Kotelenets K. M. Features of surveys with the child audience**

*The article goes into the peculiarities of empirical surveys with the child audience. It is shown that the child audience is the object of interest of various sciences – psychology, psychiatry, economics, pedagogy, demography and sociology. Currently, the number of surveys with the child audience increases which is connected with both the expansion of the subject matter and the intensification of these researches at the global level (the understanding of the importance of the younger generation study is deepening, new challenges appear related to the development of communication technologies and artificial intelligence, the need for the formation of a value system based on the principles of sustainable development, etc.), as well as the fact that due to the war, Ukraine found itself in a group of “vulnerable” societies, where there is an urgent need for studying humanitarian issues and monitoring international aid. Given the children are one of the key vulnerable social groups, they attract special attention.*

*The growing interest in the child audience worldwide and in Ukraine as well makes it necessary to analyze the research methodology of this group. The authors, based on published researches, personal work experience and communication with fellow practitioners, single out the organizational, ethical and methodological specifics of working with a children's group in social researches: a child-centric approach, abandoning the game format in favor of a short conversation/interview using projective approaches and stimulating materials that help keeping children's attention and facilitate answers to the questions related to assessment and attitude, control over the survey timing, and the presence of adults. Special attention is given to the protection of children's personal data. In particular, it has been demonstrated that most surveys with children is carried out as part of the international projects, so it makes necessary to follow European data protection standards (GDPR requirements), using anonymization or pseudo-anonymization of data.*

**Key words:** children's audience, social research, qualitative research, children, adolescents, focused group interviews, moderator, protection of personal data, anonymization and pseudo-anonymization of personal data, GDPR, Code of Ethics Sociological Association of Ukraine.

УДК 316.74:37

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.7>

**О. А. ХОМЕРІКІ**

доктор соціологічних наук, професор,  
завідувач кафедри соціології та політології  
Національний авіаційний університет

## **КУЛЬТУРНА ТА СОЦІАЛЬНА СИСТЕМОЛОГІЯ В СОЦІОЛОГІЇ МИСТЕЦТВА: ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ**

*В статті побудовано описово-аналітичну схему можливостей застосування культурної та соціальної системології в дослідженні соціології мистецтва, а також розв'язано проблему використання поняттєво-категорійного апарату культурної та соціальної системології в розумінні творів мистецтва, дослідженні їх символічних складників (образів, символів, архетипів тощо) та рефлексії перспектив їх застосування в соціології мистецтва.*

*В результаті проведеного дослідження зроблено висновок про те, що можливість культурної та соціальної системології та похідної від неї візуальної аналітики та соціології візуальних символів в аналізі соціології мистецтва є доволі перспективними. Наголошено на специфічному для культурної та соціальної системології для можливостей розуміння ціннісних універсалій в творах мистецтва.*

*Наголошено, що цими універсальними є, по перше, світогляд як картина світу, «картографією» якого є категорії. Він дозволяє індивідуальним та колективним суб'єктам визначати континуум (світопорядок) і відповідні траєкторії руху в ньому (спрямованості та ієрархії цінностей). По-друге, ним виступають набори цінностей, відображені в символах часових бюджетів руху тих чи інших архетипових образів суб'єктів в рамках та тих чи інших сценаріїв їх активностей. Відзначено, що ці набори цінностей, які відповідають «часовим бюджетам» тих чи іншим типів активностей, корелюють із статусно-рольовими ієрархіями. Останні визначають значущість тих чи інших груп людей в соціальній системі, себто, соціальні стратифікації, і проєкуються колективною уявою на ті чи інші образи мистецтва (літературно-художні, образотворчі, скульптурні і т.п.). Констатовано, що габітуси, представлені в наборах типових патернів поведінки, рутин-узвичаєностей, підтримують вищепокладені елементи культурної системи у формі тих чи інших часо-просторових «прив'язок» – ритуалів, звичок, традицій, конвенцій-стереотипів тощо. Вони найчастіше презентуються в так званих банальних символах, яким не надається значення і які є приналежними до так званих рутин. Тим не менш, для соціології мистецтва розуміння таких символів є важливим для визначення змісту і напрямів інкультурації тих чи інших цінностей через різні символи, символні композиції, теми та сценарії продуктів мистецтва.*

**Ключові слова:** культурна та соціальна системологія, візуальна аналітика, соціологія мистецтва, сенси, аксіосфера, світогляди, цінності, спрямованості, ієрархії/гетерархії цінностей, статусно-рольові ієрархії, соціальні габітуси, архетипи, символи.

**Постановка проблеми.** Взаємозв'язки між культурою, суспільством, психікою та тілом/тілесністю в їх рекурсійному розумінні лишаються малодослідженою проблемою. Для соціології мистецтва евристичний потенціал неофункціоналістської теорії рекурсії в розумінні наскрізних взаємодій культурного, соціального, психічного та тілесно-організмичного є своєрідною прогалиною, яку частково можна пояснити міжнауковими та міжпредметними кордонами в рамках позитивістського розуміння науки, частково – неприйняттям інтегралістських концепцій із занадто високим рівнем спекулятивності, який наближає науку до філософії.

В науковій літературі із соціології та соціо-гуманітарних студій міститься достатньо велика кількість досліджень, які уможливають фрагментоване розуміння взаємодій між культурою і соціумом (соціологія культури, соціологія мистецтва), соціумом та психікою (соціальна психологія), тілом та психікою (психологія тілесної свідомості, психосоматика), соціумом та тілом (соціологія тілесності, візуальна соціологія). Водночас в соціології бракує теоретичних моделей, які узручнювали б концептуалізацію наскрізних взаємодій між культурою, соціумом, психікою та тілом/тілесністю, з одного боку, та реаліями мистецтва у формі образів, символів, архетипових структур – з іншого боку.

**Метою статті** є побудова інтерпретативної схеми застосування поняттєво-категорійного апарату культурної та соціальної системології в соціології мистецтва.

**Невизначена наукова проблема, якій присвячено статтю.** Статтю присвячено проблемі використання поняттєво-категорійного апарату культурної та соціальної системології в царині соціології мистецтва, дослідженні можливостей розуміння символічних складників мистецтва (образів, символів, архетипів тощо) та рефлексії перспектив їх застосування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні засади дослідження статті викладено в низці праць авторів, тематика і проблематика яких є дотичною до різних психологічних напрямів (систем психологічного теоретизування), представники яких послуговувалися для опису та аналізу культури і суспільства низкою концептів із спільним семантичним полем, зокрема: «цензура», «супер-его» (в ортодоксальному психоаналізі З. Фрейда); (нейро)логічних рівнів (духовності, місії, ідентичності, цінностей та переконань в теоріях та практиках нейролінгвістичного програмування Г. Бейтсона та Р. Ділтса); вищого безсвідомого (супер-безсвідомого) в психосинтезі Р. Асаджіолі; знання як соціальних конструктів спільноти в соціальному конструкціонізмі К. Гергена та Р. Харре; неоюнганська теорія центроверсії Е. Ноймана, ґрунтована на розумінні центроверсії як «вродженої тенденції цілого до створення єдності своїх частин і синтезу в системі... за допомогою якої ціле стає самотворчою системою, що розширюється»; теорії інструментальних та термінальних цінностей М. Рокіча; теорій соціальної

ідентичності Е. Еріксона, М. Козловця та Л. Смокової, низці праць з культурної та соціальної системології Романенка Ю.В., Святненка, статей з соціології мистецтва Є. Кореня та ін. [1–24].

Теоретичні засади дослідження є представленими не лише в соціології, але і в міждисциплінарних студіях, включаючи соціальну психологію, соціальну філософію та філософію культури, поняттєво-категорійний апарат яких узручнює, перш за все, аналіз вищих аксіостазисів культурної системи в її зв'язку із психікою та суспільством та механізмів аутопоейзису та рекурсії, які в авторській моделі Ю. Романенка охоплюють тетраклстер «культура-соціум-психіка-тіло». Йдеться, зокрема, про теорію часо-простороворотів (С. Кримський, Ю. Павленко), структурний функціоналізм Т. Парсонса та неофункціоналістську теорію соціальних систем Н. Лумана [3; 16; 19].

**Виклад основного матеріалу.** В культурній та соціальній системології «соціум в культурі» як субрівень культури є представленим світоглядом, спрямованістю, ієрархією цінностей та статусно-рольовими ієрархіями із їх габітусами [9, с. 66–71]. *Світогляд* як картографія космосу-порядку та рекурсія набору ідентичностей<sup>1</sup> є картою вибору генералізованих можливостей руху, який впливає з змісту осьової ідентичності. Осьова (мета)ідентичність визначає образ космосу (світопорядку), у якому розгортається основна історична драма особи/спільноти у протиборстві/співпраці, війні/світі та інших відносинах з ідентичностями інших осіб/спільнот.

Як стає зрозумілим з викладеного вище, в творі мистецтва митці образно-символічними засобами категоризують своїх персонажів, або ж, висловлюючись мовою Ю. Романенка, конструюють рекурсії «відповідних ідентичностей, оскільки побудова карти та її опис реалізується через відповідні самореференції та іншо-референції. Ці самореференції та іншо-референції у відповідних рефлексіях свідомості є представленими шерегами бінарних опозицій: космос-хаос, мир-війна, закон-беззаконня, ми-вони, цивілізація – варварство тощо, отже, низкою категорій» [7, с. 9–12; 7, с. 136, с. 144–146]. Тут дослідник розвиває положення теорії Н. Лумана про референції і самореференції як важливі для побудови соціальних систем механізми самовідсилення в комунікації системи із середовищем.

В контексті логіки зазначеного автором, програма життєвої активності розгортається в рамках світогляду, оскільки образ світу, який побудований нами, визначає те, на що ми перетворюємо наше життя, або, іншими словами, ми повністю відповідаємо тому і живемо відповідно до того, чим є для нас культурний та соціальний порядок, космос, життєвий лад. Завдяки категоріям ми узагальнюємо, тобто, перестаємо

---

<sup>1</sup> Світогляд може відображати як одну, так і декілька ідентичностей за набору ідентичностей, оскільки будь-яка ідентичність або їх сукупність можуть формувати більшість тоталізованих або фрагментованих часо-просторів, якими особи/групи людей можуть керуватися як картами та картографіями реальності.

Таблиця 1

**Рекурсія соціуму в культурі в культурній та соціальній системології [9, с. 66–70]**

|                   |                                                                                    |                                                                                                                             |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Соціум в культурі | Світогляди, спрямованості, ієрархії цінностей, статусно-рольові набори та габітуси | Задавання ієрархій (культурна ієрархізація), первинна інкультурація та соціалізація (культурна та соціальна інтерналізація) |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

щоразу повертатися до вже пережитого досвіду завдяки категоризації, категорії ж визначають часо-просторові кордони ціннісного світу.

Для досліджень продуктів мистецтва в соціології мистецтва світогляд може досліджуватися перш за все як образ світу для ін-групи та аут-групи, як «ми-образ світу» та «вони-образ світу». Світогляди в творах мистецтва представлені тими чи іншими картинами світу (світобаченнями), які описуються, здебільшого як «наші» та «їхні». В більшості випадків йдеться про художні твори із сполучними назвами, в яких можна чітко простежити бінарні опозиції, а отже, і різні образи світу носіїв позначених ідентичностей.

*Спрямованість* в культурній та соціальній системології визначено як один з культурних векторів, яким йде суб'єкт як носій відповідного набору ідентичностей і який співвідноситься з місією як технологічний вимір руху в рамках ідентичностей – з телеологічним та предметно-змістовним. Якщо місія визначає ціннісно-історичне призначення будь-яких активностей, які воле розгортати особа/спільнота, то спрямованість дозволяє здійснювати «маршрутизацію» цих активностей, якщо висловлюватися метафорично, на «карті» світогляду [9, с. 122, 140].

Для соціології мистецтва важливим в аспекті розуміння сюжетів будь-яких художніх творів є розуміння того, на що витрачається життєвий час героїв, куди вони спрямовують власну активність. Адже герої тих чи інших художніх творів можуть господарювати і воювати, одружуватися і розлучатися, сваритися і укладати угоди тощо. Попри різноманіття їх активностей, одна їх частина згадується авторами художніх творів побіжно та периферійно, іншим вони приділяють значну за обсягом увагу. При цьому одна з активностей героїв стає провідною, в той час як інші – дотичними і доповнюючими щодо неї.

Значущі для творів мистецтва провідні активності та риси героїв/героїнь зазнають ідеалізації – художнього прийому, через який конструюються одновимірно-позитивні образи. В свою чергу, ці одновимірно-позитивні образи через метафори та алегорії можуть ставати взірцями для наслідування, як свідомого, так і безсвідомого (при переважанні другого). Аналітична ідентифікація таких безсвідомих складників, як символи, дозволяє не лише аналізувати твори мистецтва, але і послуговуватись цими символами та символічними поєднаннями для спрямованого соціального впливу.

Як відзначає Ю. Романенко, спрямованість/спрямованості, виступає/виступають своєрідним «законом»/»законами» ієрархізації цінностей<sup>2</sup> (в авторській термінології – цінностей-релятивів), структура якої є рекурсією набору ідентичностей. Оскільки ідентичності в їх ієрархізованому або ж гетерархізованому наборі утворюють ієрархію/гетерархію часо-просторо-воротів особи/спільноти, і самі ідентичності є аксіостазисами, то ієрархія цінностей як рекурсія набору ідентичностей виступає її динамічним продовженням у вигляді конкретизованого профілю бюджетів часу [9, с. 167–171].

В творі мистецтва герої уособлюють своїм життям певні сенси, які співпадають із художньо-образними категоризаціями, що співпадають із їх ідентичностями. Так, в художніх творах про українських козаків їх ідентичності саме як козаків співпадають із художньо-образними категоризаціями лицарів, захисників, вправних вояків, охочих до насолоди, якщо виникає така можливість. Козаки воюють і господарюють, коли перебувають на Січі, вони стають гультями і шибениками, коли така можливість їм трапляється і т.п..

В культурній та соціальній системології ієрархія цінностей відповідає бюджетам часу в особи/спільноти в (макро)соціумі та з якою співвідноситься ієрархія різних типів/видів діяльності. В логіці Ю. Романенка, бюджети часу, пов'язані з тими чи іншими типами/видами діяльності, співвідносяться не тільки із значущістю цих діяльностей, але і з значущістю соціальних груп, які її здійснюють, себто, із соціальною стратифікацією [7, с. 164–166, с. 168–171].

Звідси автор робить висновок про те (з яким погоджується авторка цієї статті), що соціальна стратифікація суспільства є рекурсією ієрархії цінностей, а отже, бюджети часу, які «йдуть» за цими групами, відображають ієрархічні відносини між ними. При цьому зміни в ієрархії цінностей та відповідні зміни бюджетів часу можуть, з значною імовірністю, супроводжувати зміни соціальних статусів груп у системі соціальної стратифікації.

Для соціології мистецтва перспективним в контексті можливих реалізацій метааналізу символічного фонду художніх творів вбачається визначення того, якому ж типу суспільства відповідали і відповідають ті чи інші види мистецтва. Адже в творах різних видів мистецтва,

---

<sup>2</sup> Тут Ю.В. Романенко дотримується поділу цінностей на цінності-абсолюти та цінності-релятиви (в термінології М. Рокіча термінальні та інструментальні цінності [13]). На думку авторки цієї статті, яка є відображеною в низці праць з культурної та соціальної системології [6-9] цінності-абсолюти мають для психіки суб'єкта центруюче значення, оскільки задають стійкі (константні) часовороти, незмінні протягом життя особи/спільноти. Стійкі (константні), за виразом С. Кримського, «часовороти» [3] описують час, що має для суб'єкта історичне значення. Цінності-релятиви, які в звичнішій термінології називаються просто цінностями, або ж ціннісними орієнтаціями, можуть зазнавати як змістовних змін, так і реконфігурування в їх ієрархіях чи гетерархіях. Вони, тим не менш, мають для суб'єкта значення, підтримуючи його культурний, соціальний та психічний розвиток через трансцендування.

наприклад – художній літературі, живописі – можна спостерігати різно-обсяжну представленість представників тих чи інших соціальних груп. Оскільки в логіці культурної та соціальної системології, ціннісну надбудову соціальної стратифікації утворює ієрархія цінностей, то різним кількостям художньо-образних типажів (наприклад, селяни, міщани, козаки тощо) відповідають не просто соціальні групи, а групи пріоритетних активностей і периферійних активностей.

Згідно побудованій логічній схемі, в образах-символах художніх творів, які позначають ті чи інші ідентичності, в прихованій формі є представленими не лише ієрархія цінностей, але і статусно-рольова ієрархія як «проект» соціальної стратифікації. Цей проект не відповідає фактичній соціальній стратифікації, але «...виступає частиною культурної системи в аспекті профілювання бюджетів часу та простору, які в соціальній системі повинні виділятися, виокремлюватися для тих чи інших соціальних груп (йдеться про всі види простору та часу – духовний, соціальний, психічний та фізичний)...», оскільки «...час і простір виступають своєрідною «валютою», яка витрачається на підтримку аутопоезійності соціальної системи через інституційні ієрархії, кореспондентні ціннісним ієрархіям культурної системи» [9, с. 167–171].

Статусно-рольові ієрархії в художніх творах як предмет дослідження соціології мистецтва можуть описуватися через різноманітні символи-маркери емоційно-оціночного змісту. Адже автори художніх композицій супроводжують описи персонажів низками символічних ознак, які позначають значущість тих чи інших соціальних ролей та статусів для українського суспільства в той чи інший історичний період. Так, для одних авторів селянство як соціальна група типізується в творах мистецтва як трударі, які долають повсякденні труднощі і є вартими співчуття, жалю, скорботи. В інших контекстах переважає захоплення вдячністю, життєлюбністю, благородством простолюття і т.п.

В концептуальній схемі культурної та соціальної системології, рекурсією наборів (ієрархій або гетерархій) культурних цінностей є статусно-рольові набори (статусно-рольові ієрархії) із відповідними *соціальними габітусами*. За логікою дослідників, питання визначення соціальних координат групи/особи у системі соціальних взаємодій ставиться вже у межах соціальної стратифікації. Статусно-рольові набори з відповідними профілями ієрархізації є «аксіологічним ескізом» відповідної моделі соціальної стратифікації, оскільки соціальна стратифікація груп логічним чином вимагає ціннісного ж обґрунтування різної цінності представників різних соціальних груп людей у (макро)соціумі [7, с. 5–28, с. 92–227].

В описі майна героїв, їх зовнішності, предметів фізичного оточення, які позначають приватний та службовий простір і позначаються авторами творів як узвичаєні, міститься не лише важлива інформація для естетики, культурології, мистецтвознавства, але і для соціології мистецтва. Інтерес соціології мистецтва зумовлений створенням в художніх

творах своєрідних «ідеальних типів» за М. Вебером, оскільки митці часто послуговуються гіперболізаціями. Коли самі гіперболізації створюються для конструювання авторами творів магічних образів та персонажів, то габітуси відсилають до архетипів, або ж структур колективного безсвідомого.

Порівнюючи архетипи з габітусами, слід зауважити, що в аспекті «класового безсвідомого», за визначенням П. Бурд'є [11, с. 35–58; с. 77–116], габітуси задають набори узвичаєностей, або ж статусно-рольових «рутин», з якими асоціюються образи тих чи інших соціальних групи та способи їх функціонування. Подібні складники в більшості своїй є досвідомо-безсвідомими, оскільки не потребують спеціальних інтерпретацій чи обґрунтувань і являють собою набори «самоочевидностей». З іншого боку, архетипи розкриваються там, де описи габітусів перестають бути реалістичними і стають магічними та метафоричними, що відповідає розумінню цих структур колективного безсвідомого за К. Юнгом та Е. Нойманом [18–19].

**Висновки.** Можливості культурної та соціальної системології та похідної від неї візуальної аналітики та соціології візуальних символів в аналізі творів мистецтва та розвитку соціології мистецтва є доволі перспективними. Поняттєво-категорійний апарат зазначених напрямків дозволяє працювати з символічним простором мистецтва із розумінням ціннісних універсалій культури та суспільства. Цими універсаліями є, по-перше, світогляд як картина світу, «картографією» якого є категорії. Він дозволяє індивідуальним та колективним суб'єктам визначати континуум (світопорядок) і відповідні траєкторії руху в ньому (спрямованості та ієрархії цінностей). По-друге, ним виступають набори цінностей, відображені в символах часових бюджетів руху тих чи інших архетипових образів суб'єктів в рамках та тих чи інших сценаріїв їх активностей. Ці набори цінностей, які відповідають «часовим бюджетам» тих чи іншим типів активностей, корелюють із статусно-рольовими ієрархіями. Останні визначають значущість тих чи інших груп людей в соціальній системі, себто, соціальні стратифікації, і проєкуються колективною уявою на ті чи інші образи мистецтва (літературно-художні, образотворчі, скульптурні і т.п.).

По-третє, складниками важливими побудови соціології мистецтва є габітуси, представлені в наборах типових патернів поведінки, рутин-узвичаєностей, підтримують вищепокладені елементи культурної системи у формі тих чи інших часо-просторових «прив'язок» – ритуалів, звичок, традицій, конвенцій-стереотипів тощо. Вони найчастіше презентуються в так званих банальних символах, яким не надається значення і які є приналежними до так званих рутин. Тим не менш, для соціології мистецтва розуміння таких символів є важливим для визначення змісту і напрямів інкультурації тих чи інших цінностей через різні символи, символічні композиції, теми та сценарії продуктів мистецтва.

### **Список використаної літератури**

1. Бистрицький Є., Пролєєв С., Білий О. Національна ідентичність та громадянське суспільство. Київ : Дух і літера, 2018. 464 с.
2. Козловець М. А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 2009. 558 с.
3. Кримський С. Б. Цивілізаційний розвиток людства. Київ : Фенікс, 2007. 316 с.
4. Корень Є. Р. Деякі архетипи та символи в структурі епічних сюжетів: до постановки проблеми соціології мистецтва. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2022. Вип. 93. С. 89–103.
5. Луман Н. Общество как социальная система. Москва : Издательство «Логос», 2004. 260 с.
6. Романенко Ю. В., Святненко І. О., Зінченко А. А. Візуалізації в медійно-комунікаційному просторі: соціо-системологічний підхід. Київ : Видавничо-поліграфічний центр Інституту міжнародних відносин, 2014. 458 с.
7. Романенко Ю. В., Святненко І. О., Поцелуйко А. О., Ташченко А. Ю., Медведєва Ю. Ю. Етнічні ідентичності в дзеркалі тілесності та практик харчування : монографія. Київ : Вид-во ДУТ, 2015. 460 с.
8. Романенко Ю. В. Осевые символы идентичности в государственной атрибутике. Київ : Меркьюри-Подолье, 2017. 296 с.
9. Этническая идентичность: социосистемологическое измерение геополитики : монография / ред.-коорд. Романенко Ю. В. [Я. В. Зоська, Ю. Ю. Медведєва, Ю. В. Романенко, И. А. Святненко, Н. В. Туленков, Е. А. Хомерики]. Київ : Меркьюри-Подолье, 2016. 369 с.
10. Erikson, Erik H. Identity: Youth and Crisis. NEW YORK· LONDON, W.W. Norton & Company, Inc. 1968.
11. Bourdieu Pierre Forms of Capital: General Sociology, Volume 3: Lectures at the Collège de France 1983–84 Polity Press, 2021. 450 p.
12. Eisenstadt, S. Revolution and the Transformation of Societies A Division of Macmillan Publishing Co., Inc. London. 1978.
13. Fichter, Joseph H., and Milton Rokeach. «Beliefs, Attitudes and Values: A Theory of Organization and Change.» Journal for the Scientific Study of Religion, Jan. 1970.
14. Freud, S. The interpretation of dreams. Part I., S.E., 4:1–338. 1900.
15. Freud, S. The interpretation of dreams. Part II., S.E., 5:339–625. 1900.
16. Laplanche, Jean; Pontalis, Jean-Bertrand «Id». The Language of Psychoanalysis. Abingdon-on-Thames: Routledge. 2018.
17. Luhmann, N. Einführung in die Systemtheorie. Heidelberg : Carl-Auer[de], 2002. 360 s.
18. NEUMANN Erich Depth Psychology and a New Ethic. Shambhala; Reprint edition. 1990. 168 p.
19. NEUMANN Erich The Great Mother: An Analysis of the Archetype Translated by Ralph Manheim Foreword by Martin Liebscher. 2015. 624 p.
20. Talcott Parsons. The Concept of Society: The Components and Their Interrelations. In: T.Parsons. Societies: Evolutionary and Comparative Perspectives. Englewood Cliffs (NJ) : Prentice-Hall. 1966. p. 5–29.

21. Rickert, Heinrich Kulturwissenschaft und Naturwissenschaft, 6th and 7th expanded editions, Tübingen : Mohr Siebeck. 1926.

22. Smokova, L. Social group identity and acculturation strategies of people from immigrant backgrounds: an interaction perspective. Kassel University Press GmbH c/o VUZF University: Sofia. 2013. Pp. 180–202.

23. Smokova, L. Acculturation process and ethnic identity of Immigrants in Germany. *International Scientific Journal «Diogen Psychology»*. 24(1). 2016. Pp. 33–44.

24. Koren YE. R. Visual symbols in romanian epic works. Part 1. Theoretical foundations of the research and description of the plot. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 2022. Вип. 94. С. 57–66.

### **Khomeriki O. A. Cultural and social systemology in the sociology of art: perspectives of application**

*The article builds a descriptive-analytical scheme of the possibilities of applying cultural and social systemology in the study of epic works as subjects of sociology of art, and also solves the problem of using the conceptual-categorical apparatus of cultural and social systemology in understanding works of art; studying their symbolic components (images, symbols, archetypes, etc.) and reflections on the perspectives of their application in the sociology of art.*

*As a result of the conducted research, it was concluded that the possibilities of cultural and social systemology and its derivative visual analytics and sociology of visual symbols in the analysis of works of art and the development of sociology of art are quite promising. It is noted that the Ronyattiev-categorical apparatus of the specified directions allows working with the symbolic space of the fairy tale with an understanding of the universal values of culture and society: the worldview as an image-picture of the world, the “cartography” of which is categories, which allows individual and collective subjects to determine the continuum (world order) and the corresponding trajectories of movement in it (directions and hierarchy of values).*

*It was established that the sets of values are reflected in the symbols of the “time budgets of the movement” of certain archetypal images of subjects within the framework of certain scenarios of their activities. It is emphasized that these sets of values, which correspond to the “time budgets” of certain types of activities, correlate with status-role hierarchies that determine the importance of certain groups of people in the social system, i.e., social stratifications, and are projected by the collective imagination on those or other fairy-tale characters. It was noted and noted that the habits presented in sets of typical patterns of behavior; routines-customs, support the above-mentioned elements of the cultural system in the form of certain time-space “ties” – rituals, habits, traditions, conventions-stereotypes, etc. It was determined that they are most often presented in the so-called banal symbols, which are not given any meaning and which belong to the so-called routines. It is emphasized that for the sociology of art, the understanding of such symbols is important for determining the content and directions of inculturation of certain values through various symbols, symbolic compositions, themes and scenarios.*

**Key words:** *cultural and social systemology, visual analytics, sociology of art, meanings, axiosphere, worldviews, values, orientations, hierarchies/heterarchies of values, status-role hierarchies, social habits, archetypes, symbols.*

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.4

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2023.100.8>

**О. В. МИХАЙЛИЧ**

кандидат соціологічних наук,  
доцент кафедри соціології та політології  
Національний авіаційний університет

### ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

*У статті розглянуто та проаналізовано особливості соціальної адаптації та інтеграції внутрішньо переміщених осіб (ВПО) в Україні. Автор аналізує соціальні аспекти цього процесу, зосереджуючи увагу на ситуаціях, які виникають при ухваленні рішення про вимушену зміну місця проживання, що пов'язані з втратою стабільності та зміною соціального середовища. Розглянуто підходи до розуміння соціального статусу внутрішньо переміщених осіб. Проаналізовані соціологічні підходи до вивчення соціальної адаптації. Виокремлені етапи та фази соціальної адаптації індивіда чи соціальної групи в новому соціальному середовищі. У статті розглядається процес адаптації та його взаємозв'язок з рішенням про переїзд, які впливають на соціальну адаптацію та інтеграцію внутрішньо переміщених осіб. Проаналізовано ступінь готовності внутрішньо переміщених осіб повернутися до своїх звичних місць проживання чи можливість переїзду в іншу місцевість. Проаналізовано безпекові, економічні, побутові, гендерні, вікові та інші чинники, що визначають вибір внутрішньо переміщених осіб повернутися до своїх звичних місць проживання чи можливість переїзду в іншу місцевість. Стаття акцентує увагу на важливості позитивного ставлення приймаючого населення до внутрішньо переміщених осіб, а також широкого залучення міжнародних та національних організацій, урядових структур та громадських організацій для спільної роботи з метою надання ефективної гуманітарної допомоги та підтримки внутрішньо переміщених осіб та підкреслює значення підтримки та уваги до індивідуальних потреб кожної особи для успішної адаптації. Результати дослідження вказують на необхідність розвитку програм підтримки та розуміння впливу соціальних чинників на адаптацію внутрішньо переміщених осіб. Наголошено, що у подальших дослідженнях варто звертати особливу увагу на вивчення специфічних потреб внутрішньо переміщених осіб в Україні, оскільки вони можуть відрізнятися залежно від контексту переселення, зони конфлікту та соціокультурних особливостей.*

**Ключові слова:** внутрішньо переміщені особи, адаптація, особистість, інтеграція, міграція.

**Постановка проблеми.** Внутрішньо переміщені особи (ВПО) визначаються Міжнародною організацією з міграції як особи або групи осіб, котрі змушені були покинути свої місця проживання або місця постійного перебування у своїй країні. Вимушена міграція може бути спричинена різними факторами, такими як наслідки збройного конфлікту, загальне насильство, порушення прав людини, а також природні або техногенні катастрофи. Внутрішньо переміщені особи відрізняються від біженців тим, що вони не перетнули міжнародний кордон своєї держави для отримання захисту або допомоги. Вони залишаються всередині власної країни, але все ж потребують захисту, допомоги та підтримки з боку свого уряду або міжнародних організацій [1, с. 109].

У перший раз проблема внутрішньо переміщених осіб виникла в Україні після анексії Криму Росією та виникнення конфлікту на частині Донбасу, що призвело до переселення близько 1,5 мільйонів людей. Однак нова хвиля примусових переселень стала набагато серйознішою через повномасштабне вторгнення РФ. З урахуванням тривання військових дій та продовження обстрілів населених пунктів, а також часткової реінтеграції призначених для визволення територій, склад та кількість внутрішньо переміщених осіб постійно змінюються.

У червні 2023 року було зареєстровано 4 871 807 внутрішньо переміщених осіб. Близько 20 % з них це діти віком до 17 років, рівнозначну частину складають особи віком понад 65 років [2]. Разом з тим, за оцінками уряду, реальна кількість внутрішніх переселенців є більшою, оскільки приблизно 2 мільйони громадян, хоча пережили вимушені переселення, однак з різних причин не зареєструвалися як внутрішні переселенці [3]. Прогнозується, що у 2024 році близько 14,6 мільйонів людей на території України будуть потребувати першочергової гуманітарної допомоги [4].

З урахуванням сучасного стану переговорів і оцінки, ймовірно, що війна в Україні буде тривати й у 2024 році. Це призведе до подовження та загострення проблеми переміщення осіб, як всередині країни, так і за її межами. Ситуація вимагатиме подальшої уваги, гуманітарної допомоги й зусиль спільноти міжнародних організацій для вирішення гострих гуманітарних потреб постраждалих осіб. У зв'язку з цим, виникає потреба у більш глибокому розумінні соціальної адаптації внутрішньо переміщених осіб в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні основи вивчення соціальної адаптації були закладені М. Вебером, Е. Дюркгеймом, Р. Мертоном, Г. Спенсером, Т. Парсонсом, К. Поппером, П. Сорокіним та ін. В українській соціологічній думці питанням соціальної адаптації присвячені праці В. Хмелька, В. Євтуха, С. Хуткої, О. Донченко, І. Попової та ін. Дослідження адаптації в умовах суспільних трансформацій проводили В. Володько, Є. Головаха, О. Лактіонов, В. Моргун, Л. Орбан-Лембрик, Н. Паніна, О. Ровенчак Т. Титаренко.

Особливості соціальної адаптації та інтеграції внутрішньо-переміщених осіб в Україні досліджували О. Балакірєва, Т. Іванець, О. Новікова, І. Піголенко, І. Тітар, О. Федоренко та інші.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є проаналізувати особливості соціальної адаптації та інтеграції внутрішньо переміщених осіб в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Соціальна адаптація є складним процесом, що визначається об'єктивними (природне середовище, соціально-економічна структура, усталений порядок господарювання) та суб'єктивними (культурні особливості, менталітет, поведінка) чинниками. Цей процес передбачає пристосування осіб, які зазвичай є новоприбулими з інших спільнот, до соціальних умов життя в новому середовищі. У даному контексті соціальна адаптація включає такі важливі аспекти, як соціальне включення в життя суспільства, прийняття норм і цінностей цього суспільства (принаймні, уникнення створення конфліктних ситуацій). Це означає не лише прийняття новоприбулими соціальних умов, а й уміння взаємодіяти та інтегруватися в соціальні структури та систему цінностей нового середовища [5, с. 18–19].

Р. Мертон виокремив п'ять форм адаптації, які ґрунтуються на культурних цілях та методах для їх досягнення: конформність – індивід поділяє цілі нового суспільства та культури й намагається досягти їх прийнятими загально визнаними засобами; інновація – індивід приймає цілі суспільства, однак досягає їх за допомогою способів, які можуть бути недозволеними або неприйнятними інституційно, хоча й ефективними; ретритизм (ескейпізм) – індивід відкидає домінуючі цілі й засоби досягнення, живе відокремлено від суспільства, заперечуючи його норми; бунт – індивід активно виступає проти прийнятих суспільством норм, цілей та засобів досягнення, пропонуючи власні шляхи та намагаючись змінити соціальну та культурну структуру; ритуалізм – індивід не приймаючи норми, цілі й цінності суспільства, дотримується своїх власних, проте намагається формально діяти відповідно до інституційних правил суспільства. Ці форми адаптації відображають різні способи, які люди вибирають для взаємодії зі своїм соціальним середовищем та культурою [6].

Соціальна адаптація включає активну взаємодію людини з оточуючим середовищем, яка обумовлена постійною зміною соціальної реальності, в якій вона перебуває. Цей процес також пов'язаний з явищем соціальної мобільності, яка полягає у зміні місця індивіда або групи в соціальній структурі суспільства. Ця зміна може виявлятися у двох аспектах. Вертикальна соціальна мобільність – це переміщення індивіда або групи із одного рівня соціальної структури на інший, що може означати підвищення чи зниження соціального статусу, зміну соціального класу або рівня доходів. Горизонтальна соціальна мобільність – це переміщення в межах одного рівня соціальної структури, коли особа чи група змінюють своє місце в межах того ж соціального

класу чи рівня доходів, не змінюючи свого загального статусу. Обидва типи соціальної мобільності є ключовими аспектами соціальної адаптації, оскільки вони відображають здатність особистості адаптуватися до змін у соціальній структурі та динаміці суспільства.

В соціологічному контексті, адаптація визначається як процес пристосування індивіда або групи до нового соціального оточення, у тому числі їх пристосування до цього оточення. Основна мета полягає у співіснуванні та взаємодії, а також у здатності та бажанні особи брати участь у діяльності інших, наслідуючи їхні жести, рухи, манери, міміку та поведінку.

Таким чином, адаптація відображає процес і результат взаємодії, пристосування та взаємодії між тими, хто входить у нове оточення, та самим оточенням, що їх приймає. У новому оточенні адаптація передбачає соціальну, культурну та психологічну сфери взаємодії. Відповідно до цього можна виділити три основних типи адаптації: соціальну, яка виникає через відмінності у соціальній структурі; культурну, що пов'язана із етнокультурними різницями; психологічну, що має своїм корінням диференціацію осіб та соціальних груп за інтересами, соціально-психологічними аспектами, ціннісними орієнтаціями.

Під час процесу соціальної адаптації індивід чи соціальна група проходять різні етапи. На етапі психологічної переорієнтації (зближення) формується терпимість та продовжуються пошуки компромісу. Це початкова стадія, на якій індивід або соціальна група вже усвідомлюють, як потрібно взаємодіяти в новому соціальному середовищі, однак ще недостатньо готові повністю визнати і прийняти нову систему цінностей. На стадії толерантності (узгодженість) тривають пошуки подібностей, при цьому відбувається усвідомлення відмінностей. Індивід, соціальна група й нове середовище проявляють взаємну терпимість до системи цінностей один одного. На етапі акомодатії (уподібнення) долаються відмінності та формуються спільні погляди. Тут відбувається визнання та прийняття індивідом провідних елементів цінностей нового соціального середовища, при цьому зберігається визнання деяких цінностей індивіда або групи, які відмінні від тих, що притаманні новому соціальному середовищу. На стадії асиміляція (злиття) відбувається повне співпадіння систем цінностей індивіда, групи і соціального середовища. На цьому етапі, як правило, відбувається повне відтворення індивідом чи соціальною групою цінностей, норм та поведінкових моделей нового оточення.

Первинна адаптація до нової ситуації полягає у уживанні та перебудові «старої» системи цінностей та норм відповідно до реальності. Це орієнтаційний етап, котрий спрямований передусім на ознайомлення адаптантів із соціальним середовищем. Подальший етап – персоналізація – представляє собою життєвий вибір на основі власних потреб і інтересів та самобутності. Цей етап також можна охарактеризувати як оцінювальний. Він полягає у розрізненні соціального досвіду

та способу життя на взаємовідхилений та взаємоприйнятний. Тут відбувається відбір можливих форм і способів діяльності відповідно до установок та ціннісних орієнтацій, які виникли у адаптанта раніше.

Гетеропластична фаза – це етап, на якому суб'єкт прагне до змін умов у соціальному середовищі. Це може включати зусилля для зміни або модифікації елементів оточення з метою поліпшення умов адаптації. Автопластична фаза полягає у змінах внутрішнього світу суб'єкта. На цьому етапі відбуваються особисті внутрішні трансформації, такі як зміни в уявленнях, переконаннях, цінностях, а також у самому сприйнятті світу навколо.

Статична адаптація передбачає зовнішні зміни, такі як засвоєння нових звичаїв або адаптація до нових умов без значних внутрішніх трансформацій особистості. Динамічна адаптація, навпаки, передбачає суттєві зміни в особистості. Це не лише засвоєння нових умов, але й активна зміна особистісних якостей, уявлень, цінностей або поглядів з метою досягнення глибоких трансформацій у своєму сприйнятті світу [7, с. 184–185].

За період з 11 травня по 14 червня 2023 року Міжнародна організація з міграції (МОМ) опитування загального населення України в два етапи для збору інформації про переміщення, потоки мобільності, наміри та умови надання інформаційної підтримки постраждалому від війни населенню. В рамках другого етапу, на основі автоматизованого телефонного опитування (САП), проведеного MultiCultural Insights було опитано: 1611 внутрішньо переміщених осіб (ВПО), 1671 особи, що повернулися, і 2 015 місцевих мешканців. Загальна похибка вибірки становить 1,35% [CL 95%]. Вибірка була стратифікована за групами населення та областями відповідно до даних про розподіл населення. Дослідження охопило всю територію України, за винятком Криму та територій, які перебувають під тимчасовим військовим контролем РФ і де українські оператори не мають доступу до телефонного зв'язку. Згідно з результатами опитування загального населення, внутрішні переселенці (ВПО) визначаються як особи, які фактично перебувають поза своїм звичним місцем проживання на момент опитування та вказали, що причиною їхнього переміщення або перебування в статусі переміщених осіб є нинішня війна [8].

Результати дослідження свідчать, що чверть внутрішньо переміщених осіб розглядає можливість виїзду з місць свого поточного перебування (приблизно 1,27 мільйонів осіб). Із них 15% планували залишити своє поточне місце перебування впродовж місяця (близько 196 000 осіб по всій країні). У той же час серед українців, які не були переміщені, частка тих, хто розглядає можливість подальшого переміщення, залишається дуже невеликою (близько 1%).

Приблизно 1,06 мільйонів внутрішньо переміщених осіб по країні розглядають можливість повернутися до своїх звичних місць проживання. Головними причинами бажання повернутися є прагнення

відновити звичне життя та почуття «дому» або інші сентиментальні мотиви (64%). Далі йдуть наміри з'єднатися з родиною (25%), наявність нерухомого майна в місці походження (22%), економічні переваги, такі як можливість отримання більшого доходу (21%). Менш впливовими чинниками є почуття небезпеки в поточному місці перебування (3%), а також недоступність медичних послуг та продуктів харчування (менше 1% для кожної категорії) в місці їхнього поточного перебування.

Приблизно 205 000 внутрішньо переміщених осіб розглядають можливість переїзду, але не повернення до своїх звичних місць проживання. Серед цих ВПО, більше половини (58%) зазначили, що найбільш значною перешкодою для повернення є безпекові причини, пов'язані з поточною війною (включаючи активні бойові дії, загрози повітряних ударів та інші безпекові ризики). Чверть респондентів (25%) вказали, що їхні домівки тимчасово перебувають під контролем збройних сил РФ, а 17% повідомили, що їхні домівки було зруйновано або пошкоджено. Серед інших названих причин також були неможливість отримання доходу, сімейні обставини, складність доступу до медичних послуг у місцях походження, а також брак інформації про поточну ситуацію з безпекою у звичному місці проживання.

Серед внутрішньо переміщених осіб, котрі розглядають можливість виїзду зі своїх поточних місць перебування, але не повернення до своїх звичних місць проживання, 74% планують переїхати в інші місця в межах України, тоді як 23% вираховують виїхати за кордон. Серед п'яти найбільш популярних напрямків в Україні названі Київська область (17%), Харківська область (15%), місто Київ (15%) та Одеська область (10%). Для порівняння, серед непереміщеного населення переважна більшість також розглядає можливість переїзду в іншу країну (52%), що є стабільним показником з січня 2023 року.

У разі, якщо середня тривалість переміщення для ВПО в Україні сягає року, більшості їх потреб стають все більш актуальними з часом. Лише потреба у транспортуванні та доступі до готівкових коштів (наприклад, через банки або банкомати) скоротилася з початку кризи. Однак, основна потреба у фінансовій підтримці продовжує зростати, цю потребу підтвердили 80% ВПО. Зниження якості та кількості придбаних продуктів (як харчових, так і нехарчових) залишається основним методом вирішення проблем для більшості ВПО у всій країні. У порівнянні з чоловіками, жінки частіше повідомляли про затримання платежів за оренду, погодження на низькооплачувану роботу, переїзд у житло нижчої якості та використання заощаджень, якщо вони є, для задоволення базових потреб домогосподарства за наявності обмежених доходів. Натомість, чоловіки дещо частіше повідомляли про затримки у сплаті боргів або продаж побутових товарів чи інших великих активів.

Орієнтовно 15% (приблизно 745 000) внутрішньо переміщених осіб, які не мають наміру переїжджати, планують інтегруватися

в місцях їхнього поточного перебування, відбудовуючи там своє майбутнє життя. Ще 3% (орієнтовно 142 000) також мають плани інтеграції, але не в місці їхнього поточного проживання або звичайного місця життя. Тим, хто виявив намір інтегруватися в місцеве середовище, було задано питання про необхідну підтримку для здійснення такої інтеграції. Хоча найбільш часто згадуваною потребою для інтеграції в цілому була фінансова підтримка (56%), третина чоловіків, які були переміщені, також висловили потребу у підвищенні своїх можливостей отримання доходу, наприклад, через професійне навчання. Щодо переміщених жінок, вони частіше зазначали потребу у доступному та безпечному житлі, а також у основних медичних та інших послугах.

Проте 66% ВПО, що становить приблизно 3,3 мільйони осіб, врешті-решт планують повернутися. Респонденти, у чиїх родинах є діти, частіше виражали бажання повернутися як досягне довгострокове рішення. Наприклад, серед ВПО з дітьми (53%), 62% повідомили про бажання повернутися до свого звичного місця проживання. У випадку ВПО, які живуть з літніми особами, бажання повернутися висловили 64%.

Внаслідок кризи, яка спровокувала масове переміщення населення, багато громад по всій Україні зазнали значного припливу людей із різних регіонів. Це призвело до суттєвого навантаження на державні служби, ринки товарів, житла та робочих місць, а також на системи розподілу гуманітарної допомоги та соціального захисту. Така ситуація створює потенційні конфлікти між різними групами населення. За результатами опитування практично всі особи, які не були переміщені (89%), висловилися позитивно щодо прибуття людей із інших регіонів до їхніх громад через наслідки поточного конфлікту. З іншого боку, близько п'ятої частини опитаних ВПО (22%) стверджують, що зазнали дискримінації або неправильного ставлення через свій статус переміщених осіб. Головним викликом, на який звернули увагу у ході опитування, стало саме дискримінаційне ставлення з боку місцевого населення, що відчували як ВПО, так і ті, хто повернувся до звичних місць проживання [8]. Ціннісні розбіжності у взаємовідносинах приймаючих громад та ВПО, прояви та чинники соціального відторгнення серед переселенців були зафіксовані також за результатами й інших соціологічних опитувань [9, с. 68–69].

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Соціальна адаптація ВПО в Україні вимагає уваги до різних аспектів, включаючи отримання житла, роботи, доступ до освіти та медичних послуг. Цей процес є складним через втрату стабільності та зміни усіх аспектів їхнього життя. Необхідно впроваджувати програми та стратегії підтримки для полегшення інтеграції ВПО у нові громади. Це може включати надання освіти, медичної та психологічної підтримки, а також можливостей для здобуття працевлаштування. У подальших

дослідженнях варто звертати особливу увагу на вивчення специфічні потреби ВПО в Україні, оскільки вони можуть відрізнятися залежно від контексту переселення, зони конфлікту та соціокультурних особливостей. Важливо продовжувати широко залучати міжнародні та національні організації, урядові структури та громадські організації для спільної роботи з метою надання ефективної гуманітарної допомоги та підтримки ВПО. Дослідження з цієї теми може допомогти розробити імплементовані програми підтримки, які враховуватимуть потреби та особливості ВПО в Україні, сприяючи їхній соціальній адаптації та інтеграції в нове оточення.

### Список використаної літератури

1. Sironi A., Bauloz C. and Emmanuel M. (eds.), 2019. Glossary on Migration. International Migration Law, No. 34. International Organization for Migration (IOM), Geneva: URL: <https://publications.iom.int/books/international-migration-law-ndeg34-glossary-migration>
2. Кількість українців та їх міграція за кордон через війну – дослідження Громадянської мережі ОПОРА: URL: <https://www.oporaua.org/viyna/kilkist-ukray-intsiv-ta-yikh-migratsiia-za-kordon-cherez-viinu-doslidzhennia-gromadianskoyi-mere-zhi-opora-24791>
3. Реінтеграція Криму відбуватиметься складніше, ніж інших тимчасово окупованих територій, і потребуватиме окремого підходу: URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3726820-irina-veresuk-vicepremerministr-ministerka-z-pitan-reintegracii-timcasovo-okupovanih-teritorij-ukraini.html>
4. Situation analysis in Ukraine. *United Nations High Commissioner for Refugees*. URL: <https://reporting.unhcr.org/operational/operations/ukraine#:~:text=An%20estimated%203.7%20million%20people,whom%20are%20women%20and%20children>
5. Свтух В. Б. Етнічність : енциклопедичний довідник. Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова, Центр етноглобалістики. К. : Фенікс, 2012. 396 с.
6. Merton R K. Social theory and social structure. New York : Free Press, 1968. P. 25–38.
7. Володько В. В. Ровенчак О. А. Моделі соціокультурної адаптації іммігрантів. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2008. Вип. 2. С. 182–210.
8. Звіт про внутрішнє переміщення в Україні. Опитування загального населення. Раунд 13. Червень 2023 року. MOM. URL: <https://dtm.iom.int/reports/ukraine-zvit-pro-situaciyu-z-vnutrishnim-peremischennyam-zagalne-opituvannya-naselennya?close=true0>
9. Вимушені переселенці та приймаючі громади: уроки для ефективної суспільної адаптації й інтеграції: наукова доповідь / за ред. канд. соціол. наук О. М. Балакірєва ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Київ, 2016. 140 с.

### **Mykhailych O. V. Features of social adaptation and integration of internally displaced persons in Ukraine**

*The article examines and analyzes the peculiarities of social adaptation and integration of internally displaced persons (IDPs) in Ukraine. The author analyzes the social aspects of this process, focusing on situations arising from the forced relocation and associated loss of stability and changes in the social environment. Approaches to understanding the social status of internally displaced persons*

*are explored, along with sociological approaches to studying social adaptation. The stages and phases of an individual's or a social group's social adaptation in a new social environment are identified.*

*The article explores the adaptation process and its relationship with relocation decisions affecting the social adaptation and integration of internally displaced persons. It analyzes the readiness of internally displaced persons to return to their former places of residence or consider moving to another location. Factors such as security, economic conditions, everyday life, gender, age, and others influencing the choice of internally displaced persons to return to their former places of residence or relocate to another area are examined.*

*The article emphasizes the importance of the positive attitude of host populations towards internally displaced persons, as well as the broad involvement of international and national organizations, government bodies, and civil society organizations in joint efforts to provide effective humanitarian aid and support for internally displaced persons. It underscores the significance of supporting and addressing the individual needs of each person for successful adaptation.*

*The research findings highlight the necessity of developing support programs and understanding the impact of social factors on the adaptation of internally displaced persons. It stresses the need for further research specifically focusing on studying the unique needs of internally displaced persons in Ukraine, as these needs may vary depending on the context of displacement, conflict zones, and socio-cultural peculiarities.*

**Key words:** *internally displaced persons, adaptation, personality, integration, migration.*

*Наукове видання*

# **СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

*Збірник наукових праць*

**ВИПУСК 100**

Редактор: А. О. Бессараб  
Технічний редактор: Ю. В. Бабич  
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Підписано до друку 28.12.2023 р.  
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.  
Цифровий друк.  
Ум. друк. арк. 6,28. Наклад 300. Замовлення № 0124/050.  
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

---

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»  
65101, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1  
Телефон +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08  
E-mail: mailbox@helvetica.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.