



Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
Факультет соціології



Соціологія та сучасні соціальні трансформації

Матеріали

*XVIII Всеукраїнської конференції студентів і
молодих учених з міжнародною участю
«Соціологія та сучасні соціальні трансформації»*

10–11 листопада 2025 року, м. Київ

Київ 2026



РМВ
Факультет соціології Київського національного
університету імені Тараса Шевченка



**Факультет соціології
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка
Рада молодих вчених
Наукове товариство студентів**

Соціологія та сучасні соціальні трансформації

**Матеріали
XVIII Всеукраїнської конференції студентів,
аспірантів і молодих учених
з міжнародною участю
«Соціологія та сучасні соціальні трансформації»
(10-11 листопада 2025 року, м. Київ)**

**Faculty of Sociology
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Council of Junior Scholars
Learned Society of Students**

**SOCIOLOGY AND CONTEMPORARY SOCIAL
TRANSFORMATIONS**

**Proceedings
of the 18th All-Ukrainian conference
of students and young scientists
with international participation
“Sociology and Contemporary Social Transformations”
*Kyiv, November 10-11, 2025***

Kyiv 2026

**Факультет соціології
Київського національного університету імені Тараса
Шевченка
Рада молодих вчених
Наукове товариство студентів**

СОЦІОЛОГІЯ ТА СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ

**Матеріали
XVIII Міжнародної конференції студентів,
аспірантів і молодих учених
з міжнародною участю
«Соціологія та сучасні соціальні трансформації»
*10-11 листопада 2025 року, м. Київ***

Київ 2026

УДК 316.4(082)
С69

Учасники конференції:
молоді науковці

*Схвалено до публікації
вченою радою факультету соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол №12 від 20 травня 2026 року)*

С69 Соціологія та сучасні соціальні трансформації: Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції студентів та молодих учених з міжнародною участю (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 10-11 листопада 2025 року) / За ред. к. соц. н. Євгенії Яворської, Ph. D. Миколи Бондаренка, д. соц. н. Марини Соболевської – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

ISBN 978-617-8667-27-6 (PDF)

Відповідальний за випуск: к. соц. н. *Артемій Дейнека*
Верстка: к. соц. н. *Ольга Федоренко*

У збірнику представлено наукові доповіді студентів, аспірантів і молодих науковців – учасників XVIII Всеукраїнської конференції студентів та молодих учених з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації» (м. Київ, 10-11 листопада 2025 р.).

Для наукових працівників, аспірантів, викладачів і студентів, які навчаються за спеціальністю «Соціологія», а також усіх, хто цікавиться питаннями розвитку сучасної соціологічної науки.

ISBN 978-617-8667-27-6 (PDF)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.20307712>

© Факультет соціології, Київський
національний університет
імені Тараса Шевченка, 2026

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1: СОЦІАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ВИКЛИКИ ВІЙНИ

Kozhukhalova Alisa

The fall, transformation and rise of international security, the cascade of wars and Ukraine's key role in shaping and changing the system of security altogether9

Бойко Орина, Лосицька Устина

Арт активізм в умовах окупації на прикладі кримського митця Антіка Данова..... 12

Чаус Олексій

Інформаційне суспільство як середовище поширення дезінформації..... 15

Черних Геннадій

Інформаційна інтоксикація та сучасний інформаційний простір під час війни 18

Лещенко Павло

Міська забудова як фактор соціальної трансформації 21

Лісовий Назар

Наративна ідентичність і війна: осмислення й надання значення травматичним подіям цивільними23

Малій Марія

Нові кар`єрні можливості молоді як форма соціальної мобільності в умовах війни.....27

Мілосердов Валерій, Білик Євген

Характеристики, які впливають на бажання донорів робити благодійні пожертви на відновлення житла, і чи варто довіряти опитуванням про такі пожертви..... 30

Семенова Анастасія

Постколоніальний націоналізм і біополітика жіночого тіла в Україні33

Сіденко Анна

Формування національного бренду України через діяльність публічних осіб37

Соколова Анна

Зниження емпатії як наслідок соціальної роз'єднаності у сучасному суспільстві.....	42
--	----

Yeremenko Oleksandr

Veterans moving from military service to civilian life: contexts, experiences, and decision-making	46
--	----

СЕКЦІЯ 2: КЛАСИЧНА І СУЧАСНА СОЦІОЛОГІЧНА ТЕОРІЯ В ПОЯСНЕННІ НОВІТНІХ ТРАНСФОРМАЦІЙ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Денисюк Максим

Візуальний дизайн реклами в соціальних мережах як інструмент соціального впливу.....	51
--	----

Фалій Вікторія

Особистість в сучасних реаліях: особливості, становлення, розвиток.....	55
---	----

Дузь Марія, Коробіцина Ніка

Відпочинок як праця: соціальні механізми (не)розслаблення в сучасному світі	57
---	----

Федоренко Ольга

Кава як соціальний та культурний феномен у повсякденності та в умовах війни.....	62
--	----

Гнатюк Катерина

Молодь і успіх: зміна соціальних орієнтирів у період суспільних трансформацій.....	67
--	----

Сидорук Олена

Соціальні аспекти управління кафедрою	71
---	----

Захарченко Анна

Соціальні аспекти управління бізнесом	75
---	----

СЕКЦІЯ 3: ДИНАМІКА СУЧАСНИХ СУСПІЛЬНИХ ЗМІН: СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ

Фіщук Анастасія

Образ жінки в рекламі українських брендів одягу	77
---	----

Герасимчук Тетяна

Гендерні стереотипи у найкасовішому українському художньому фільмі 2025 року 82

Катренко Олександр

Stem освіта в сучасних умовах: головні принципи та можливості87

Костенко Тетяна, Романенко Анастасія

Відмова від власної агентності як адаптаційна стратегія в умовах динаміки суспільних змін 89

Надієвець Яна

Соціальна мережа громадянських рухів України: аналітична візуалізація взаємозв'язків 94

Резнік Ярослав

Динаміка довіри до соціально-політичних інститутів в Україні: регіональні особливості 99

Самойленко Анна

Вплив освіти на споживчі інтереси молоді104

Serdyuk Artem

Agent-Based Modeling of Ukraine's Organizations' Response to Full-Scale russian Invasion of Ukraine 107

Соболевська Дарина

Сприйняття побутової (відчуваної) безпеки міського простору Києва в умовах війни..... 112

Тєнін Павло

Ставлення до вищого духовенства та керівництва релігійних організацій в контексті вимірювання довіри в сучасному українському релігійному полі117

Tomar Bhanu Pratap Singh

Bride Renaming as Onomastic Reclassification: Symbolic Violence and Kinship Incorporation among the Hindu Sindhis..... 122

Єрган Анастасія

Соціальні ризики глобальної освіти: дисбаланс компетенцій та міграційні наслідки 125

МАТЕРІАЛИ ДОПОВІДЕЙ ТА ВИСТУПІВ УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ

СЕКЦІЯ 1: СОЦІАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ВИКЛИКИ ВІЙНИ

Kozhukhalova Alisa¹

Email: alice232305@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20303838>

Sociology and Contemporary Social
Transformations: Proceedings of the
18th All-Ukrainian Conference
of students and young scientists
with international participation
(Kyiv, Taras Shevchenko National
University of Kyiv, November 10-11,
2025). – Kyiv: Naukova Stolytsia,
2026. – 129 p.

The fall, transformation and rise of international security, the cascade of wars and Ukraine's key role in shaping and changing the system of security altogether

The modern concept of international security began to develop as new nation-states emerged from the collapsed empires and had to establish policies to protect themselves. There are a lot of theories to support this claim. Charles Tilly, for example, has introduced the bellicist theory of state formation, which can be summed up by quoting Tilly himself – «War made the State, and the State made War». This is where I'd like to delve deeper into the topic of wars and their consequences, which not only make a state (or weaken a state) but also create something greater...

In this new modern world that we live in, wars create systems of peace and safety, which may be broken and again created. Mainly, we can come to a conclusion that cascade of wars (also called «cascades of violence», «conflict cascade») makes a path to this creation. For example, the Yalta Conference, 1945, shaped a postwar peace that represented a collective security order.

The evolution of the nation-states, through today's perspective, can be categorized in different phases. The first is considered to have occurred during the time between the French Revolution and World War I, when nation states emerged due to the influence of the ideas of the French Revolution. Afterwards, World War I and World War II brought the emergence of hundreds of new states in Europe. Resulting in the enlargement of the nation states formed in the nineteenth century, in terms of population and territory. The third wave, which can also be described as the anti-colonial movement, occurred during the Cold War era. Finally, the fourth wave, which started soon after the end of the Cold War, and is considered to still be ongoing.

Obviously, the emergence of new nation-states calls for guarantees of their safety. Given that, international security occurs as a subfield of international

¹Bachelor's student, Political Science, Taras Shevchenko National University of Kyiv

relations. Security has been inextricably linked to the military aspect, as most countries seek to maximize their military power to ensure their security and survival against all perceived threats, including attempts to subordinate their existence to another state, terrorist organization or other armed group. In the twenty-first century, international security took on new forms. The notion of international security as security between states belongs to the twentieth century. Threats no longer come primarily from states. As Kivalova & Cherniavskiy (2024) mention, the threats come from ethnic groups obsessed with hyper-nationalism, from criminal gangs, mafia rule, from epidemics, AIDS, terrorism, unsafe food, from poverty, from poor economic management, from overpopulation, from failed states, from refugee flows and, most importantly, from pollution and the consequences of pollution, irrigation and the destruction of nature, as well as the diversification of nature.

This marks the exceptional need for global cooperation and consolidation which has a greater goal in mind that is a shared need to fight for the peace and stability on the globe. That being – international security systems, which serve as measures of protection and preventive mechanisms as well as defense.

However, the vulnerability of those systems and their malfunctions have been proven with very bloody examples. World War II and the already mentioned Yalta Conference resulted in emergence of the UN Security Council. The Council's goal of maintaining international peace and security by a number of necessary mechanisms was proven ineffective, unfortunately. Why? Because it surely didn't stop a permanent member of the UN Security Council from committing war crimes in the neighboring country. This being said, it is without a doubt a clear malfunction of the system, which was overlooked given the lack of such threats or past experiences. It is also clear that such a drastic event reveals the vulnerability of the system, which could have not been predicted before they have occurred, and calls for a new one which can promise a stable and safe future.

Sometimes, the system may not «fall» or malfunction but simply not be applicable. Given new threats, the field transforms in accordance with those new threats. An example of that would be cyberattacks. New threats require new methods of defense, which causes the system to transform. The effectiveness of security guarantees can be limited by a variety of factors, including the political will of guarantor states, limitations in international law and other factors. The tragic terrorist 9/11 attack, has transformed the security system and introduced a number of new measures applied across different countries and created a system of cooperation between them, which was new, yet somehow it became effective and showed results.

As you could've already imagined, every war that happens doesn't really change the system drastically, sure it may make it better and more efficient, but it doesn't necessarily call for a completely new one. However, sometimes the system can be ruined by the violation of previously set rules. The system has failed again, as mentioned briefly above, and unfortunately drastically. The price to pay was and still is the lives of Ukrainians.

If it is unclear how Ukraine plays a key role in the future of international security, it is as follows. Ukrainians have gained many unique experiences, first-

hand knowledge in many fields as well as the most practiced, ability to self-organize. Examples of that would be the volunteering groups operating for more than 11 years, homeland defense organization that were organized by the initiative of civilians, medics who had many sleepless nights after night attacks, and other services that worked and were on high alert in the bleak of night. The abovementioned phenomena are something that made Ukrainians unique and more stronger than ever before. Moreover, National Institute for Strategic Studies in their 2025 report «Society Transformed by War» state: «Most Ukrainians do not feel hostility or alienation toward compatriots with different opinions or lifestyles. Ukrainian society continues to demonstrate tolerance and pluralism, even on issues directly tied to national security. Meanwhile, the assumption that Ukrainian society is polarized, particularly regarding worldview and group relations, remains widespread but is unsupported by evidence. According to experts, no real internal fault lines exist that could lead to the fragmentation of Ukrainian society» (Society Transformed by War, 2025).

Ukraine has most definitely earned its place at a table where decisions are being made, and its hardworking and incredibly consolidated society has yet again proved its worth not only to itself but also to the whole globe. Those lived experiences of millions of Ukrainians are priceless. They will surely lead to a brighter future, and Ukrainian society will and should be active and present in future decision-making regarding global peace.

REFERENCES

1. Heurlin B., Kristensen K. S. (2002). *International security* //Encyclopedia of Life Support Systems/ Volume II. URL: <https://www.eolss.net/sample-chapters/c14/E1-35-04-02.pdf>
2. Kivalova T., Cherniavskyi M. (2024). Establishment of the Concept of International Security in International Law // Juridical scientific and electronic journal. P.680-683. 10.32782/2524-0374/2024-1/162.
3. Muhammad, A., Riyanto S. (2021). *International security studies: origins, development and contending approaches*// Brazilian Journal of Strategy & International Relations/ Volume 10 (10). P.230-249.
4. Society Transformed by War (2025) //Analytical Report Electronic Scientific Publication/V. 10. URL - <https://niss.gov.ua/en/publikacii/analitichni-dopovidi/society-transformed-war>
5. Sözen A. (2006). Emergence of Nation States and Problematic Political Concepts In Four 'Waves': From the French Revolution to the End of the Cold War. METU Studies in Development. URL - https://www.academia.edu/275020/Emergence_of_Nation_States_and_Problematic_Political_Concepts_In_Four_Waves_From_the_French_Revolution_to_the_End_of_the_Cold_War
6. UN Statute, 1945. URL: <https://www.un.org/en/about-us/un-charter>
7. Wimmer, A., Feinstein, Y. (2010) The Rise of the Nation-State across the World, 1816 to 2001//*American Sociological Review*, 75(5), 764–790. URL - <http://www.jstor.org/stable/20799488>

Бойко Орина^I

Email: oryna.boiko@knu.ua

Лосицька Устина^{II}

Email: ustyia.los@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20304567>

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Арт активізм в умовах окупації на прикладі кримського митця Антіка Данова

Визначення функцій мистецтва з розвитком індустріалізації постає новим дискусійним питанням. У цьому сенсі все мистецтво домодерного минулого слід розглядати як, власне, не мистецтво, а дизайн. Адже стародавні греки говорили про «техне», не розрізняючи мистецтво і технологію (Groys, 2014). Основною функцією мистецтва періодом тисячоліть була утилітарна: документування навколишнього середовища; розповідь історій для тих, хто не вмів читати; визначення фінансового статусу персони; інше. Арт активізм зіштовхується з невизнанням суспільства як одним з проявів мистецтва, позаяк має на меті використати мистецтво як інструмент політичної дії. Мистецькі активісти хочуть бути корисними, змінювати світ, робити його кращим — але водночас вони не хочуть перестати бути митцями (Groys, 2014). Митці домодерного часу не визнавали, що можуть бути частиною політики — хоча і були. Саме їхніми художніми творами визначався фінансовий статус людини, регіону або країни. Коли артактивізм звертаються до мистецтва як інструменту політичної дії, вони не змінюють його статус в глобальному контексті його функцій. Мистецтво завжди було частиною політики.

На прикладі російсько-української війни використання мистецької сфери як частини бойових дій буде найбільш актуальним. Значна частина музеїв, що опинилися в зоні бойових дій та окупації, зазнала пошкоджень або була повністю зруйнована. Найбільших руйнувань зазнали музейні установи Маріуполя, а ті, яких руйнування обійшли, були пограбовані, культурні цінності вивезені, а подальша їхня доля залишається невідомою (Мартинчук, 2023). Таким чином росія використовує українське мистецтво для підвищення національного духу громадян країни. Країна-агресор, знищуючи місця культурно-мистецького призначення, присвоює як частини історії, називаючи її російською, так і — митців українського походження.. Питання збереження мистецького надбання в умовах окупації стає критично гострим. У випадку музейних експонатів втрата має незворотний характер, проте з мистецтвом, створеним у межах артактивізму, ситуація дещо інша: воно має

^I Студентка бакалаврської освітньої програми «Комунікації та управління культурними індустріями», факультет соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

^{II} Студентка бакалаврської освітньої програми «Комунікації та управління культурними індустріями», факультет соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

тимчасовий характер, рідко зберігається фізично. Водночас такі роботи фіксують досвід окупації «тут і тепер». Арт активісти в умовах окупації використовують мистецтво як інструмент нагадування про життя, що було вкрадене.

Важливим стає міжнародний досвід захисту культурних об'єктів, такий як у Великої Британії, що створила спеціальний підрозділ для захисту культурних цінностей на територіях бойових дій. До нього залучають фахівців з археології та мистецтва, які консультують військових щодо дотримання міжнародного права, вживають заходів для запобігання руйнуванню об'єктів спадщини (Гаврилюк, 2023). Артактивізм не потребує захисту від держави, оскільки існує тимчасово в умовах небезпеки, як окупації, так і диктатури. В деяких творах тимчасовість й руйнування може стати частиною роботи. Наприклад, плакати Антіка Данова «Роблю вигляд» (Феодосія, 2023), створені в умовах окупації, розміщувались у різних частинах міста та не зберігалися як картини. Вони залишаються на фотографіях самого автора в його акаунті в соціальних мережах. Потім кураторка Ольга Муха у співпраці з митцем реконструювала плакати в інсталяцію «Лабіринт» (виставка Unseen Force), що передає тиск і небезпеку життя під окупацією.

Кейс Антіка Данова демонструє, як безпека визначає і форму, і обіг мистецького твору. Данов працює під псевдонімом щонайменше з 2019 року, вдається до плакатів і графіті, розміщених у міському просторі окупованого Криму, і свідомо уникає розкриття особистих даних через ризики кримінального переслідування у РФ (Черничко, 2023). Кураторська інтерпретація його робіт у форматі інсталяції «Лабіринт» трансформує розрізнені вуличні висловлювання у цілісний досвід тиску, дезорієнтації й пошуку виходу, характерний для життя під окупацією (особисте інтерв'ю з О. Мухою 2025 року). Важливим у цих практиках є феномен «маски» ніби як щоденної стратегії камуфляжу власної позиції та водночас механізму самоцензури, що спричиняє психологічні й соціальні розломи в родинах і спільнотах. Для комунікації з митцями ключовими стають тривале вибудовування довіри, гарантії анонімності, гнучкі канали обміну матеріалами й відмова від «самоочевидних» тем, нерелевантних для іншого культурно-історичного досвіду.

Стріт-арт – це першочергово мистецтво небезпечне з юридичної перспективи. До прикладу, стріт-арт художник Бенксі досі нікому не відомий, на що є вагомі причини. Хто він такий, знає лише найближче оточення. Стріт-арт художники та їхні команди добре усвідомлюють незаконність своєї діяльності, і це підводить нас до того факту, що довіра – це одна з основних валют. В той час як в решті світу за стріт-арт дають статтю, окупація радикалізує безпекові наслідки для розкритих митців і загроза набагато вища.

Кураторські практики відіграють роль у перекладі вуличного активізму мовою інституцій і міжнародної аудиторії. Об'єднання плакатів Данова в «Лабіринт» не лише зберігає роботи, а й створює етичний простір для зустрічі з травматичним досвідом без повторної травматизації аудиторії (зокрема,

через зважене ставлення до мовних напружень навколо російськомовних текстів).

Арт активізм у формі стріт-арту в умовах окупації є водночас практикою політичного спротиву і небезпекою для митця. Досвід Антіка Данова ілюструє, як митці можуть не лише виживати в умовах окупації, а й чинити інтелектуальний опір. Кураторські втручання надають тимчасовим творам збереження в колективній пам'яті й надання нових сенсів. На тлі руйнування музейних інституцій, тимчасові практики стають інструментами оперативної пам'яті й швидкого реагування. Артактивізм у цьому випадку постає не лише як реакція на політичну ситуацію, а як трансформаційна практика, що дозволяє культурі залишатися живою

ЛІТЕРАТУРА

1. Amwiine, H., Ugwu, J. N. (2024). ART as Activism: The Influence of Visual Arts on Social Movements//Research Output Journal of Arts and Management, 3(1), 5–8. https://www.researchgate.net/publication/382878182_ART_as_Activism_The_Influence_of_Visual_Arts_on_Social_Movements
2. Бенксі. (2010). Вихід через сувенірну крамницю [Документальний фільм].
3. Гаврилюк, С. (2022). Міжнародний досвід захисту культурних цінностей в умовах воєнного конфлікту. Сила музеїв у сучасному світі. Дванадцятий круглий стіл з нагоди Міжнародного дня музеїв, 4–8. https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22550/1/Havryliuk_VMV.pdf
4. Гройс, Б. (2014). On Art Activism//e-flux journal, (56). <https://www.e-flux.com/journal/56/60343/on-art-activism/>
5. Мартинчук, І. (2023). Музейні установи міста Маріуполя в умовах російської окупації. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Історичні науки, 34(73)(4), с.149–154. https://www.hist.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/4_2023/24.pdf
6. Опанасюк, Т. А., Кузьма, Т. М. (2024). Російсько-українська війна як каталізатор національної ідентичності: історичний та сучасний контекст// Вісник науки та освіти, 7(25). С. 1435–1445. [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-7\(25\)](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-7(25))
7. Рішняк, О. (2022). Культурна спадщина у воєнному конфлікті: міжнародний досвід другої половини ХХ – початку ХХІ ст. та українська дійсність// Український історичний журнал, (4). С.159–174. <https://doi.org/10.15407/uhj2022.04.159>
8. Скляренко, Г. (2009). Крим ХХ століття в світлі культурно-мистецьких процесів в Україні//Художня культура. Актуальні проблеми, (6). С.311–318. http://nbuv.gov.ua/UJRN/khud_kult_2009_6_28
9. Черничко, А. (2023). Говорить Крим: Підпільний арт окупованого півострова. Bird in Flight. <https://birdinflight.com/nathnennya-2/20230809-antik-danov-crimea.html>
10. Муха О. (2025) Інтерв'ю для дослідження арт-активізму.

Чаус Олексій¹

Email: alex_lagoon@ukr.net

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20304977>

Інформаційне суспільство як середовище поширення дезінформації

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Дезінформація – це навмисне створення та поширення неправдивої інформації з метою маніпуляції свідомістю або підризу довіри. Її ефективність в інформаційному суспільстві зумовлена низкою технологічних, соціальних і психологічних чинників.

Чинники, що сприяють поширенню дезінформації:

Швидкість поширення. У цифрових мережах неправдива інформація може поширюватися миттєво, задовго до того, як її встигнуть перевірити та спростувати. Це створює асиметрію: спростування потребує більше часу та зусиль і часто є менш емоційно захопливим, ніж первинний фейк.

Мережевість і ефект доміно. Інформаційне суспільство характеризується сильною мережевістю, де люди пов'язані через цифрові платформи. Це дозволяє навіть вузькій групі користувачів «запустити хвилю», яка швидко стає масовою завдяки феномену «вірусності».

Зниження бар'єрів на вході. У цифровому середовищі практично будь-хто може стати джерелом інформації, створивши акаунт чи блог. Це нівелює роль традиційних медіа з їхніми механізмами редакційної перевірки та відповідальності.

Алгоритмічна селекція та «ехо-камери». Платформи соціальних мереж (Facebook, X, YouTube) використовують алгоритми, що підсилюють емоційно забарвлений контент, незалежно від його достовірності. Це створює «інформаційні бульбашки», де користувачі бачать переважно ті повідомлення, які підтверджують їхні власні погляди, що ускладнює зустріч з альтернативними точками зору.

Фрагментація уваги. Користувачі споживають величезні обсяги інформації за короткий час, що зменшує їхню готовність до глибокого аналізу джерел. Прості та шокуючі повідомлення отримують перевагу над складною аналітикою.

Анонімність та маніпуляційні інструменти. Цифрові платформи дозволяють використовувати боти та фальшиві акаунти для штучного посилення дезінформації, а анонімність ускладнює ідентифікацію відповідальних.

Приклади проявів дезінформації:

Проблема дезінформації має численні прояви у реальних соціально-політичних процесах.

¹ Студент магістратури, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

Brexit (2016). Кампанія супроводжувалася маніпуляціями, найвідомішою з яких був лозунг про £350 млн, які нібито можна було б спрямувати на охорону здоров'я після виходу з ЄС. Це твердження було спростоване, але мало значний емоційний вплив на виборців.

Вибори у США (2016). Було підтверджено втручання російських структур, які використовували тисячі бот-акаунтів для посилення соціальної поляризації в американському суспільстві, поширюючи як ультраправі, так і ультраліві меседжі.

Російсько-українська війна. Починаючи з 2014 року, росія системно використовує дезінформацію як зброю гібридної агресії. Поширювалися наративи про «відсутність російських військ», а з 2022 року – фейки про «біолабораторії НАТО» та «постановчі відео воєнних злочинів» з метою підризу міжнародної підтримки України.

Наслідки для суспільства:

Дезорієнтація та криза довіри. Величезний обсяг суперечливих повідомлень призводить до того, що люди втрачають здатність відрізнити правду від вигадки. Це спричиняє падіння довіри не лише до медіа, а й до інформаційної системи загалом, руйнуючи спільний інформаційний простір.

Зниження рівня критичного мислення. Постійне інформаційне перевантаження та поверхнєве споживання контенту формують «звичку недумання». Люди орієнтуються на емоційні заголовки, а не на зміст, що послаблює демократичні механізми, які спираються на поінформовану участь громадян.

Соціальна напруга та поляризація. Дезінформація часто спрямована на розпалювання конфліктів через використання емоційних тем (мова, релігія, етнічна належність). Це призводить до зростання агресії в суспільстві та підриває стабільність держави.

Інформаційне суспільство є двоїтим явищем: його переваги невіддільні від уразливостей. Дезінформація використовує саму архітектуру сучасних комунікацій для підризу довіри, дестабілізації та маніпуляцій. Подолання цієї загрози вимагає комплексного підходу, що включає підвищення медіаграмотності населення, розвиток незалежних фактчекінгових інституцій, міжнародну співпрацю та застосування новітніх технологій для виявлення маніпуляцій. Ключовим завданням є перетворення інформаційного простору з поля маніпуляцій на середовище для розвитку та критичного мислення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Burch, S. (2014). *What is the Information Society? Pyramids and Networks*. SciELO Livros.
2. Nath, H. K. (2015). *The Information Society*. ResearchGate.
3. Papathanassopoulos, S., Negrine, R., Terzis, G., Ioannidis, N., & Koundoura, L. (2017). *Disinformation, Society, Communication and Cosmopolitan Democracy*. ResearchGate.
4. Webster, F. (2006). *Theories of the Information Society* (3rd ed.). Routledge.
5. Ofcom. (2025). *Misinformation and Disinformation: Literature Review*.
<https://www.ofcom.org.uk>

6. Mansell, R. (2010). *The Life and Times of the Information Society*. LSE / Routledge. <https://eprints.lse.ac.uk>
7. Broda, E., & Strömbäck, J. (2024). Misinformation, disinformation, and fake news: lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(2), 139–166. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>

Черних Геннадій¹

Email: chernykh@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305082>

Інформаційна інтоксикація та сучасний інформаційний простір під час війни

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

В умовах війни – інформаційний простір в українському суспільстві конструюється як незкінченний потік новин, обговорення в соціальних мережах та мас-медіа, які стають звичною соціальною рутинною. Цей простір також реалізовується як нова арена боротьби за свідомість, увагу та емоції українців в інформаційній війні. Інформаційна інтоксикація – є одним із факторів вигорання суспільства під час війни. Це явище є руйнівною складовою ментального здоров'я людей та їх соціальної згуртованості. Отруєння інформацією відбувається повсякденно, адже якість цієї інформації часто шкодить масовій та індивідуальній свідомості. Суспільство перенавантажено надмірною кількістю інформації, дезінформації, маніпуляції та фейків, які ускладнюють критичне мислення та прийняття рішень (Bawden & Robinson, 2020).

Гібридна агресія РФ проти України – актуалізувала проблему інформаційної інтоксикації як одного з видів зброї, яку використовують проти українського суспільства, ще до повномасштабного вторгнення 2022 року. Мета даного впливу – підірвати суспільну стійкість, деморалізувати, поширити паніку, створити недовіру до державних інститутів та медіа. За результатами дослідження Все це свідчить про зростання соціальної напруженості, інформаційного тиску та його наслідків. Подолання наслідків такого стресу можливе, якщо розвивати суспільну медіаграмотність, яка буде допомагати українцям, не лише перевіряти факти, але й своєчасно проводити детоксикацію інформаційного споживання.

За результатами дослідження MDF Research Lab – українці в медіаспоживанні стали свідомо уникати новини про війну, основні причини: 36,9% – через відчуття тривоги через новини, 34,6% – інформаційне перенавантаження та надмірну чутливість до воєнної тематики – 28,5%, (MDF, 2025). Як зазначають автори дослідження (MDF, 2025) – медіа, «виконуючи критично важливу місію інформування про війну та політику, публікують велику кількість схожих матеріалів, що часто дублюються на різних ресурсах. У результаті аудиторія стикається з відчуттям перенасичення та втоми від інформації». Вміння дозовано та злагоджено надавати інформацію споживачам – це перевага локальних медіа, регіональні та масові-медіа перенасичують інформаційний простір (часто шкідливою

¹ Викладач, к.соц.н, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

інформацією, дезінформацією, фейками тощо) з метою збагачення та отримання більшого охоплення споживачів медіа.

Тенденція до інформаційної інтоксикації також розглядається й на глобальному рівні. 20 листопада у світі відзначається «День інформаційного перенавантаження». Цей день присвячений захисту від усюдисущого шуму соціальних мереж, онлайн-новин, електронних листів, текстових повідомлень тощо. Ми живемо в епоху інформаційного перевантаження, яке призводить до загального зниження продуктивності, зменшення концентрації, відсутності ясності розуму та затримки в прийнятті рішень, серед інших наслідків. Цей день було започатковано аналітиком Джонатаном Спірою у 2009 році, коли його фірма Basex оголосила інформаційне перевантаження своєю «Проблемою року» (Spira, 2011). В цілому людство значно примножило виробництво інформації (рис. 1), починаючи з 2010 року і до 2025 року. За 13 років ця цифра збільшилася приблизно в 74 рази з лише 2 зетабайтів у 2010 році. Очікується, що 120 зетабайтів, згенерованих у 2023 році, збільшаться більш ніж на 150% у 2025 році, досягнувши 181 зетабайта (Duarte, 2025).

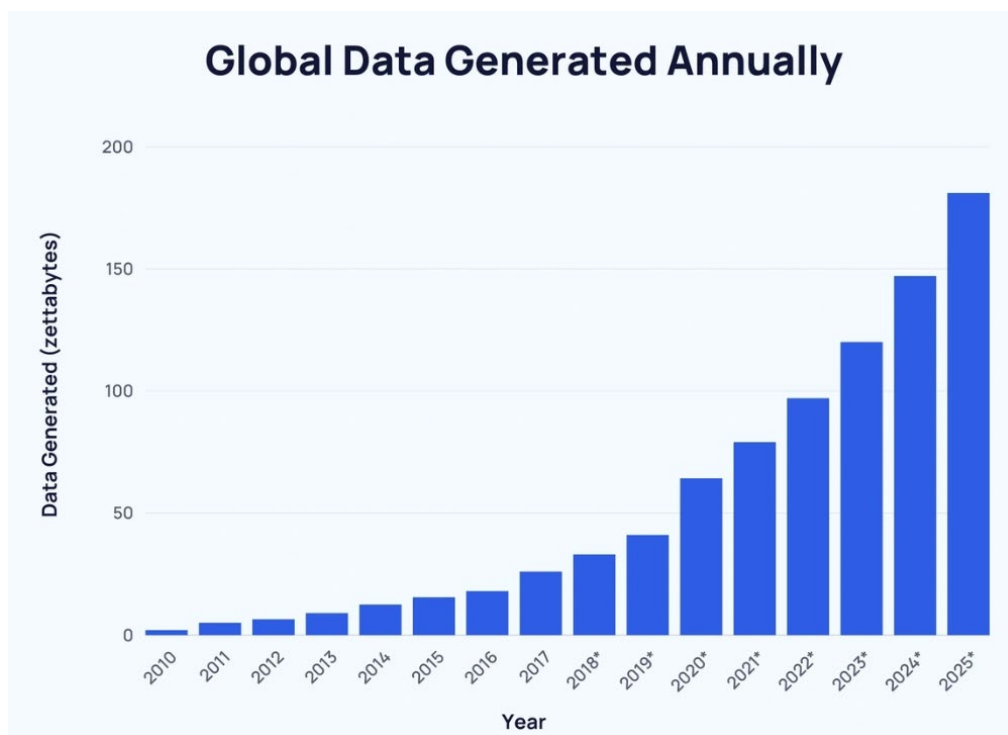


Рисунок 1. Щорічне створення глобальних даних (Duarte, 2025)

Отже, постає важливе завдання перед науковцями, соціологами, психологами та іншими дослідниками щодо створення підходів до зменшення негативного впливу постійно зростаючого інформаційного навантаження. Важливим є розвиток медіаграмотності – критичного осмислення шкоди від інформаційного перенавантаження. Це сприятиме підвищенню стресостійкості, покращенню ментального здоров'я українців та умінню протистояти викликам інформаційної війни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bawden D., Robinson L. (2020). Information overload: An overview. *In Encyclopedia of Information Science and Technology (5th ed.)*. IGI Global, p. 42.
2. MDF: Інформаційна втома як вікно можливостей: шанс для регіональних медіа в умовах війни та після неї (2025). <https://news-fatigue-research.mediadevelopmentfoundation.org/>
3. Spira J.B. (2011). Overload! How Too Much Information Is Hazardous To Your Organization// John Wiley & Sons, 2011, P. 32-33.
4. Duarte F. (2025). Amount of Data Created Daily). <https://explodingtopics.com/blog/data-generated-per-day>

Лещенко Павло¹

Email: Vizanjack@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305194>**Міська забудова як фактор соціальної трансформації**

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Урбанізація та інтенсифікація міської забудови впродовж останніх десятиліть все частіше розглядається як комплексний чинник соціальних змін. Сучасні дослідження підкреслюють взаємозв'язок між просторовими трансформаціями та соціальною структурою міста. Так деякі автори підкреслюють що забудова визначає доступ до ресурсів, формує патерни мобільності, впливає на процеси інтеграції та сегрегації, а також створює нові форми соціальних практик (Feng & Hou, 2023). У цьому контексті міський простір постає не лише фізичним середовищем, а й способом організації соціальних взаємодій, закріплення нерівності та інших більш складних процесів. Одним із центральних механізмів, через які забудова впливає на соціальну трансформацію, є редевелопмент та джентрифікація. Численні дослідження демонструють, що інвестиції у просторову інфраструктуру, оновлення міських районів, тісно пов'язані зі зростанням вартості життя, що в свою чергу призводить до витіснення вразливих груп населення та зміни соціально-демографічного складу. Систематичний огляд *Gentrification and population health 2020 року* (Schnake-Mahl et al.) показав комплексний вплив джентрифікації на умови життя та здоров'я міських спільнот, включно з погіршенням доступу до базових сервісів, формуванням житлової нестабільності та зростанням соціальної напруги. У ширшому вимірі джентрифікація відображає деякий конфлікт між економічною логікою розвитку та принципами соціальної справедливості.

Зміни ландшафту міста також можуть формувати нові режими повсякденності, як про це свідчать дослідження туристифікації та просторової комерціалізації. Історичні та культурні центри міст часто перетворюються на зони глобального споживання, де локальні практики поступаються місцем стандартизованим сервісам (Kowalczyk-Anioł, 2023). У постсоціалістичних контекстах, зокрема в Україні, значну роль відіграють великі торгівельно-розважальні центри, які стають ядрами нових патернів мобільності та концентрації соціальної активності. Приклад трансформацій Голосіївського району Києва засвідчує, що поява великих комерційних об'єктів змінює функціональну структуру території, витісняє попередні практики її використання та переозначає статус прилеглих просторів (Melnychuk & Kovalchuk, 2015). В свою чергу урбаністичні перетворення часто стають полем

¹ Аспірант, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

соціального конфлікту. Дискусії щодо збереження культурної спадщини, доступності житла, екологічної збалансованості та участі громадян у прийнятті рішень відображають різні уявлення про те, яким має бути міський простір і кому він належить. Дослідження процесів партисипації акцентують, що соціальна включеність мешканців є визначальним чинником сталого розвитку та формування довіри між громадою й інституціями (Crouzé, 2021). Участь громадян у плануванні простору сприяє зниженню конфліктності, підвищенню якості рішень та адаптації політики до потреб різних груп населення.

Український міський контекст має низку унікальних особливостей, пов'язаних із постсоціалістичними трансформаціями, економічною нестабільністю та впливом воєнних дій. Інтенсивні процеси внутрішньої міграції, зростання потреби у тимчасовому та доступному житлі, зміна ролі периферійних територій та прискорене руйнування інфраструктури створюють нові виклики для міської політики. Воєнний стан посилює нерівномірність розвитку районів, змінює просторові патерни використання територій та формує нові моделі соціальної взаємодії. У цих умовах міська забудова стає одним із найважливіших інструментів відновлення, соціальної інтеграції та формування безпечного середовища.

Враховуючи досліджені матеріали можна прийти до висновків, що міська забудова являє собою один з ключових чинників соціальної трансформації. Так можна виділити декілька основних груп механізмів через які відбувається вплив. В першу чергу конфігурація міської забудови визначає можливість фізичного доступу до послуг та ресурсів. Наступним не менш важливим механізмом є те, що забудова змінює характер публічних просторів і формує нові колективні практики. Іншим не менш важливим чинником для соціальної трансформації є здатність змінювати соціальну структуру міста, в контексті формування нерівностей. Таким чином можна прийти до висновків що дана тема є глибокою та потребує великої кількості емпіричних даних для подальшої деталізації, зокрема порівняння різних типів міських територій, аналізу конкретних проєктів редевелопменту та вивчення впливу воєнних умов на просторову організацію міста в контексті України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Crouzé, R. (2021). Building trust: A social work approach for citizen participation in urban development. Sozialraum.de. <https://www.sozialraum.de/building-trust-a-social-work-approach-for-citizen-participation-in-urban-development.php>
2. Feng, J., & Hou, H. (2023). Review of research on urban social space and sustainable development. Sustainability, 15(22), 16130. <https://doi.org/10.3390/su152216130>
3. Kowalczyk-Anioł, J. (2023). Tourism-driven urban transformation and social justice. Annals of Tourism Research, 100, 103554. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103554>
4. Melnychuk, A., & Kovalchuk, S. (2015). Modern spatial transformation in Holosiivskyi district of Kyiv. Ekonomichna ta Sotsialna Geografiya, 73, P.65–75.
5. Gentrification and population health: A systematic review (2020) /Schnake-Mahl, A. S., Jahn, J. L., Subramanian// Journal of Urban Health, 97(1), P. 1–25. <https://doi.org/10.1007/s11524-019-00392-4>

Лісовий Назар¹

Email: nazar.lisovyi@ukma.edu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305333>**Наративна ідентичність і війна:
осмислення й надання значення
травматичним подіям цивільними**

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Формування когерентної життєвої історії є одним з фундаментальних блоків для вищого рівня особистого добробуту, адже забезпечує когнітивну узгодженість і сенс у повсякденні для індивіда (Adler, et al., 2015; Fivush, et al., 2011). Травматичні події війни дезінтегрують наративну цілісність і провокують процеси переосмислення (Pals, 2006; Park, 2010), котрі можуть рухатися як позитивними, так і негативними каскадами. Цей огляд досліджує, як індивід використовує наративне осмислення для інтерпретації подій і внесення їх у життєву історію. Використання цієї моделі до контексту війни в Україні пропонує шляхи сенсоутворення, за допомогою яких цивільні особи будують психологічну стійкість і формують персоналізовані механізми подолання хронічного стресу.

Наративна ідентичність є інтерналізованою історією про себе, інших і життєві події, яку індивід конструює й видозмінює для розуміння себе й надання когнітивної узгодженості. У межах ідентичності відбувається реконструкція минулого й проєкцій у майбутнє, що надає індивіду відчуття мети й сенсу (Adler & McAdams, 2007; McAdams & Pals, 2006; McAdams, et al., 2006).

Травматичні події, такі як війна й відповідні сценарії (окупація, територіальне переміщення, обстріли, відключення електроенергії тощо), створюють розриви в ментальному балансі й провокують переосмислення подій для успішного подолання на індивідуальному рівні (Neimeyer, 2006). Наративна відповідь модулює подальші поведінкові патерни та, як наслідок, рівень особистого добробуту.

Травма тут концептуалізується як подія, що *трапляється* з індивідом, завдає йому значної психологічної чи фізичної шкоди й фокусує на негативних емоціях (страх, сум, злість, тривога тощо) (Mansfield, et al., 2010). Травма в умовах війни пов'язана з небезпекою втрати чогось цінного для особистості через агресора. Наприклад, життя, рідних і друзів або власної домівки, а також на когнітивно абстрактному рівні – втрати безпосереднього відчуття безпеки й довгостроково орієнтованих планів.

Відповідно індивід за допомогою наративної ідентичності, як інтерпретаційної конструкції, створює (1) причинно-наслідкові зв'язки між (травматичними) подіями й (2) тематичну цілісність між різними сферами життя. Це дозволяє пояснювати особисті зміни й зберігати вектор для руху

¹ Аспірант, соціологія, Національний університет «Кієво-Могилянська академія»

попри виклики. Для нас це є важливим, адже індивід має природну схильність організовувати досвід в оповідній формі (Bruner, 1990). Так ми виводимо значення з прожитого досвіду.

Рефлексія про минулі події, особливо ті, які загрожували безпеці, є критичною для утримання афективного балансу, бо вона контекстуалізує події, виявляє закономірності й пропонує висновки для інтеграції досвіду в ширше розуміння себе й зовнішнього світу (Pennebaker & Chung, 2011). Потім виведене значення формує подальші думки, почуття й вибір поведінкових патернів (конструктивних або деструктивних).

Аналіз наративної ідентичності відбувається зокрема за допомогою конкретних *конструктів життєвої історії* – повторюваних тематичних елементів. Основними є наступні (McAdams & McLean, 2013):

Агентність. Здатність впливати на зміни, демонструвати самоконтроль і конструктивно вести своє повсякдення.

Спільність. Досвід міжособистісних зв'язків, близькості й приналежності.

Спокута. Послідовності подій, у яких з негативного досвіду формулюються висновки, що ведуть до позитивного результату.

Контамінація. Послідовності подій, у яких позитивний досвід перетворюється на негативний і нівелює потенційні уроки.

Сенсоутворення. Здатність інтерпретувати досвід так, щоб отримувати нові, конструктивні усвідомлення.

Аналіз цих конструкцій допомагає розкрити конкретні сюжетні наративи, у рамках яких індивід формулює свої переживання й структурує розуміння викликів, зокрема небезпечних для життя. Цей процес має назву *осмислення наративів* (Pasupathi, et al., 2007). Осмислення пов'язує конкретні події з особистістю та дозволяє людям надавати особисте значення спогадам і конкретне афективне забарвлення новим викликам.

Наративна інтерпретація (1) зіткнення з важкими спогадами, пов'язаними з війною, чи (2) взаємодії зі стресовими подіями тут і зараз є ключовими для адаптації. Це охоплює (1) спочатку дослідження почуттів, причин, наслідків і локалізації події в загальному особистісному наративі, (2) а потім формулювання і прийняття рішення щодо подальших дій (Pals, 2006).

Процес осмислення наративів має три змінні: комплексність, особистісний ріст і вирішення (Mansfield, et al., 2010).

Комплексність відображає глибину залучення в наративну обробку. Вона характеризується аналізом різних інтерпретацій життєвого епізоду й гнучкістю в проживанні емоцій та базується на рівні саморозуміння. Вища складність часто вказує на більшу психологічну зрілість у менеджменті поведінки щодо подій (у нашому прикладі – травматичних).

Особистісний ріст охоплює позитивні чи негативні зміни в самосприйнятті. Це є результатом рефлексії про травматичну подію. Індивіди, які демонструють вищий рівень психологічної зрілості, будують самонаративи з акцентом на навчанні й позитивних змінах.

Вирішення вказує на ступінь інтеграції травматичної події й реалізацію (або провал) у досягненні відчуття спокою чи завершеності. Передбачає прийняття епізоду й повне усунення чи мінімізацію руйнівного емоційного впливу.

Тепер перейдемо до інтеграції теорії наративної ідентичності й травматичних подій в контексті війни. Прагнення зберегти цілісність життєвої історії зберігається й навіть інтенсифікується в умовах глибоких потрясінь (Janoff-Bulman, 1992; McAdams, 2001). Аналіз наративів цивільних осіб дозволяє потенційно спостерегти, як індивіди залучаються до наративного осмислення, щоб перетворити травматичні епізоди на функціональні частини самонаративу.

Важливо прослідкувати, з яких аргументів і раціоналізацій складається наратив, котрий наголошує на активній діяльності й опорі. Так само, за умови якщо індивід обирає історію безпорадності й позиції жертви. Потенційна модуляція наративної спільності (взаємопідтримка, національна єдність) може мати кореляційні зв'язки з особистісним добробутом. Загалом деталізований огляд того, як індивід складає події в послідовності, може запропонувати структуру самонаративу, який підвищує рівень психологічної стійкості, чи, навпаки, прослідкувати, як хронічний стрес девальвує ресурси для подолання й веде до деструктивних уявлень про ситуацію й себе. Тип травматичної події, очевидно, має вплив на інтерпретацію. Наративи про повітряну тривогу в містах, віддалених від прифронтових територій, можуть значно відрізнятися від наративів про обстріли в прифронтових населених пунктах чи свідчення жорстокостей.

Аналізуючи, як цивільні особи будують самонаративи в умовах війни, ми можемо визначити наративні патерни, пов'язані з психологічною еластичністю й особистісною вразливістю. Розуміння цих процесів є першим кроком до розробки нюансованих психосоціальних інтервенцій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Adler, J. M., Lodi-Smith, J., Philippe, F. L., & Houle, I. (2015). The incremental validity of narrative identity in Predicting Well-Being. *Personality and Social Psychology Review*, 20(2), 142–175. <https://doi.org/10.1177/1088868315585068>.
2. Adler, J. M., & McAdams, D. P. (2007). Time, culture, and stories of the self. *Psychological Inquiry*, 18(2), 97–99. <https://doi.org/10.1080/10478400701416145>.
3. Bruner, J. (1990). *Acts of meaning*. Harvard University Press.
4. Fivush, R., Habermas, T., Waters, T. E., & Zaman, W. (2011). The making of autobiographical memory: Intersections of culture, narratives and identity. *International Journal of Psychology*, 46(5), 321–345. <https://doi.org/10.1080/00207594.2011.596541>.
5. Janoff-Bulman, R. (1992). *Shattered assumptions: Towards a new psychology of trauma*. Free Press.
6. Mansfield, C. D., Mclean, K. C., & Lilgendahl, J. P. (2010). Narrating traumas and transgressions. *Narrative Inquiry*, 20(2), 246–273. <https://doi.org/10.1075/ni.20.2.02man>.
7. McAdams, D. P. (2001). The psychology of life stories. *Review of General Psychology*, 5(2), 100–122. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.2.100>.
8. McAdams, D. P., Josselson, R., & Lieblich, A. (Eds.). (2006). Identity and story: Creating self in narrative. *American Psychological Association*. <https://doi.org/10.1037/11414-000>.

9. McAdams, D. P., & McLean, K. C. (2013). Narrative identity. *Current Directions in Psychological Science*, 22(3), 233–238. <https://doi.org/10.1177/0963721413475622>.
10. McAdams, D. P., & Pals, J. L. (2006). A new Big Five: Fundamental principles for an integrative science of personality. *American Psychologist*, 61(3), 204–217. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.61.3.204>.
11. Neimeyer, R. A. (2006). Re-Storying Loss: Fostering Growth in the Posttraumatic Narrative. In L. G. Calhoun & R. G. Tedeschi (Eds.), *Handbook of posttraumatic growth: Research & practice* (с. 68–80). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
12. Pals, J. L. (2006). Narrative identity processing of difficult life experiences: pathways of personality development and positive Self-Transformation in Adulthood. *Journal of Personality*, 74(4), 1079–1110. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2006.00403.x>.
13. Park, C. L. (2010). Making sense of the meaning literature: An integrative review of meaning making and its effects on adjustment to stressful life events. *Psychological Bulletin*, 136(2), 257–301. <https://doi.org/10.1037/a0018301>.
14. Pasupathi, M., Mansour, E., & Brubaker, J. (2007). Developing a Life Story: Constructing Relations between Self and Experience in Autobiographical Narratives. *Human Development*, 50(2–3), 85–110. <https://doi.org/10.1159/000100939>.
15. Pennebaker, J. W., & Chung, C. K. (2011). Expressive writing: Connections to physical and mental health. In H. S. Friedman (Ed.), *The Oxford handbook of health psychology* (с. 417–437). Oxford University Press.

Малій Марія¹

Email: m.maliy_fmtp_3.2_22_b_d@knute.edu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305365>

Нові кар'єрні можливості молоді як форма соціальної мобільності в умовах війни

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Кар'єрні можливості молоді в умовах війни стикаються з низкою викликів, а саме: невизначеність у професії, необхідність набуття нового досвіду та переосмислення професійних цілей. Війна призвела до значних втрат серед молоді, що впливає на їхнє професійне майбутнє. Навіть для молоді, яка не стикалася з мобілізацією, існує значна потреба у наявності стажу, що ускладнює пошук першого робочого місця (Шуст, Постой, 2025). Іноді виникає розрив між набутими знаннями та навичками в системі освіти, особливо в системі новітніх технологій, та вимогами ринку праці, що вимагає додаткового навчання та перекваліфікації. Тому молоді необхідна швидка адаптація та соціалізація до нових умов. У відповідних умовах молодь проходить один зі своїх найважливіших етапів формування особистості, вибору та визначення вектора кар'єрного шляху, в умовах повномасштабної війни (Фонд ООН в галузі народонаселення (UNFPA), 2023; Титаренко, 2023). Також при цьому кар'єрні шляхи змінюються під впливом змін потреб суспільства, роботодавців та навколишнього середовища (Програма розвитку ООН (UNDP), 2024).

Загалом саме явище кар'єри є ключовим каналом соціальної мобільності. Через нього молоде покоління має можливість адаптуватися до змін соціальної структури та економічних умов (Bondar et al., 2017). В умовах воєнного стану кар'єра змінюється та стає націленою на гнучку стратегію, орієнтовану на швидке реагування на зовнішні чинники та пошуку нових можливостей.

Також у цьому питанні відіграють велику роль наступні чинники: втрата робочих місць, зміна ринку праці, релокація бізнесів, дефіцит робочих місць у прифронтових містах (UNDP, 2024). Все це формує нерівність у доступі до можливостей (UNFPA, 2023). Але при цьому можемо спостерігати підвищення попиту на працівників таких секторів, як: логістика, медицина, гуманітарні сервіси, ІТ-технології та безпека (UNDP, 2024; UNFPA, 2023). Перелічені сфери зараз можуть надавати всі можливості для вертикальної мобільності молоді.

Варто враховувати, що сьогодні певні сфери діяльності вже адаптувалися до умов війни та небезпеки, впроваджуючи дистанційну зайнятість, що дозволяє своїм працівникам працювати без ризику для життя (Титаренко, 2023). Таким чином простежується зростання кількості різних онлайн-

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

сервісів, цифрового підприємництва, що створює нові додаткові можливості соціальної мобільності молодого покоління. У цьому контексті система відкритих освітніх ресурсів потребує правового регулювання (Шуст, 2019) та впровадження в освітні процеси штучного інтелекту (Шуст, 2025).

Вагому роль у виборі професійної кар'єри відіграє освіта, яку здобуває індивід. Наразі молодь змінює освітню стратегію та надає перевагу неформальній освіті, а саме вузькоспеціалізованим курсам, що надають відповідні сертифікати, що котуються роботодавцями. Короткі навчальні програми дозволяють залишатися гнучкими до зовнішніх та внутрішніх чинників змін та швидко перекваліфіковуватись, що забезпечує відносно швидку соціальну мобільність (UNDP, 2024). Вищі навчальні заклади спостерігають підвищення попиту студентів на спеціальності, що охоплюють сфери безпеки, психології, управління та ІТ-технологій (UNFPA, 2023).

Також війна принесла за собою масові внутрішні та зовнішні міграції молоді в тому числі. Ці процеси зробили кар'єру не лише соціальним, а й адаптаційним механізмом у новому середовищі. Представники молодого покоління стикаються з низкою викликів під час інтеграції на чужому ринку праці, наприклад, вивчення іноземної мови, здобуття нових кваліфікацій, а також підтвердження вже наявних. Водночас це все забезпечує можливість транснаціональної кар'єри та формування нового багатого соціального капіталу, що у висновку забезпечує гарні канали соціальної мобільності (Титаренко, 2023).

Підсумовуючи, можна сказати, що професійна кар'єра молоді завжди була важливим питанням, особливо проблема їхньої соціальної мобільності. З початком повномасштабного вторгнення з'явилося чимало зовнішніх та внутрішніх викликів та чинників, на які суспільство має швидко відреагувати та підтримувати реальні ініціативи, спрямовані на професійну адаптацію молоді.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Вплив повномасштабної війни на вибір професії та освітніх траєкторій молоді (2023)*// Фонд ООН в галузі народонаселення (UNFPA). https://ukraine.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/ukr_2023_vplyv_povnomasshtabnoi_viny_na_vybir_profesii.pdf
2. *Вплив війни на молодь в Україні (2024)*// Програма розвитку ООН (UNDP) в Україні. <https://tinyurl.com/undp-ukraine-youth-2024>
3. Семенова, А. В. (2024). Вплив війни на життєві стратегії української молоді// *Habitus*, *61*, с. 77–81. <https://doi.org/10.32782/2024.61.11> (Примітка: DOI вказано умовно, оскільки на сайті журналу його не знайдено. Якщо DOI відсутній, залишається пряме посилання).
4. Титаренко, В. В. (2023). Вплив війни на професійне самовизначення молоді України. *Електронне наукове фахове видання "Наукові перспективи"*, 11(41). <https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/baobf61a-15f7-4bfa-a874-3a48d025d663/content>
5. Шуст Н.Б. Правове регулювання відкритих освітніх ресурсів як об'єкта цивільних правовідносин: матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції [«Юриспруденція в сучасному інформаційному просторі»], (м. Київ, 1 березня 2019 р.) Том 2. Тернопіль : Вектор, 2019. 164–165.

6. Шуст Н.Б., Дубовик С.М. Роль соціогуманітарних знань у процесі економічного відновлення України. Соціокультурні засади економіки і політики: взаємозв'язки, тренди, суперечності [Електронний ресурс] : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 16 листоп. 2023 р.) /відп. ред. Н. В. Крохмаль. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 234-238.<https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/425373281bb29f0a71ac42a4828dcff0.pdf>
7. Шуст Н., Штучний інтелект в освіті в умовах інформаційного суспільства. Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє [Електронний ресурс] : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 17 квіт. 2025 р.) /відп. ред. А. Кравченко. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 289-292.<https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a5bb35f7-e0ee-4c83-9878-05b55f2391b1/content>
8. Шуст Н., Постой О. (2025). Особливості формування та розвитку інформаційних технологій рекрутингу в умовах інформаційного суспільства. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 107, 98- 104.<https://doi.org/10.32782/2707-9147.2025.107.10>
9. Bondar, T., Kravchuk, P., & Titir, I. (2017). Психологічні особливості професійного самовизначення сучасних студентів. *Науковий вісник МДУ. Серія: Педагогіка та психологія*, *1*(5), 206–209. <http://fil.nlu.edu.ua/article/view/324635>

Мілосердов Валерій^I

Email: miloserdovval@gmail.com

Білик Євген^{II}

Email: yevhen.bilyk@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305455>

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Характеристики, які впливають на бажання донорів робити благодійні пожертви на відновлення житла, і чи варто довіряти опитуванням про такі пожертви

У зв'язку з російськими обстрілами цивільної інфраструктури загалом та житлових будинків зокрема, в українському інформаційному полі часто можна побачити збори на користь людей, чиє житло пошкоджене. На цей напрямок жертвують значні кошти: наприклад, найбільший благодійний фонд України — United 24 — зібрав 210 млн гривень за напрямком «Відбудова України» протягом січня-вересня 2023 року (Опендатабот, 2023).

Систематичні огляди філантропії не є поширеними в соціології, а наявні дослідження розглядають загальні чинники благодійної поведінки, такі як обізнаність чи цінності, не у воєнному контексті (Bekkers&Wierking, 2011). Для проведення цього дослідження ми спираємося на статтю про вплив характеристик одержувачів допомоги та персональних контекстів донорів на бажання робити благодійні пожертви, дані для якої було зібрано методом факторіального опитування на вибірці з 430 німецьких студентів у 2013 році (Andorfer & Otte, 2013). Завдяки використанню факторіального опитування можна було дослідити, які саме умови впливали на відповіді опитуваних, і було знижено вплив соціальної бажаності відповіді, адже питання не ставилось напряму стосовно кожного з факторів (Andorfer & Otte, 2013).

Водночас у вимірювання рівня благодійності методом опитувань, в тому числі факторіальних, можуть бути обмеження, пов'язані з чутливістю тематики (Murdoch et al, 2014). З цієї причини, ми використовуємо списочний експеримент разом із факторіальним опитуванням. Цей тип експерименту дозволяє проявити реальну відмінність між групами через комбінацію запитань з та без запитання інтересу (Chapkovski & Schaub, 2022). Також, присутній випадковий поділ респондентів на дві групи, що підвищує внутрішню валідність дослідження (Chapkovski & Schaub, 2022).

Тематика оригінальної статті про благодійні пожертви стосувалася потенційних благодійних внесків на користь постраждалих від руйнувань, спричинених природними катастрофами у різних країнах (Andorfer та Otte,

^I Студент магістратури, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

^{II} Студент магістратури, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

2013). В рамках дисципліни «Дизайн дослідження» під науковим керівництвом професора Юрія Савельєва ми адаптували початкову методологію для того, щоб досліджувати постраждалих через російські обстріли житлової інфраструктури в Україні з врахуванням українського контексту. Оновлена методологія поєднала факторіальне опитування та списочний експеримент.

До характеристик одержувачів, що впливають на заплановану благодійність, команда дослідження, на напрацювання якого ми спираємося, виділила 5 теоретичних конструктів, виражених в 4 факторах (Andorfer та Otte, 2013). Наводимо адаптовані до українських реалій фактори, які ми застосовували для створення віньєток в рамках факторіального опитування:

Близькість населеного пункту до фронту.

Ступінь негативного впливу, завданого обстрілом одержувачам допомоги.

Спрямування благодійних коштів (благодійній організації чи постраждалим).

Кількість фінансових внесків інших донорів.

Відповідно, універсум віньєток складається з усіх можливих комбінацій рівнів вимірів: $2 \times 2 \times 2 \times 2 = 16$. Було утворено по 4 випадкові набори по 8 віньєток, і кожен респондент випадково отримував один з чотирьох наборів.

Автори німецького дослідження включили до нього різноманітні характеристики опитаних, які можуть впливати на їхню готовність робити благодійні пожертви (Andorfer & Otte, 2013). У двоступеневий регресійній моделі ми починали з використання 7-ми з цих змінних, які були включені до опитувальника за адаптованою нами методологією. Серед цих змінних було три індекси (узагальнена реципрокальність, просоціальна соціалізація, диспозиційна емпатія) та чотири однопунктові показники (моральний обов'язок, релігійність, дохід, гендер).

Вибірка опитування складає 46 осіб, які були рекрутовані у квітні 2025 року методом снігової кулі та були знайомими та знайомими знайомих дослідників. 4 версії анкети випадковим чином надсилалися однакової кількості людей. З 46 респондентів, які пройшли опитування, для аналізу факторіального опитування було використано відповіді 38 людей, які не вказували в усіх відповідях однакові значення та не вказували екстремальних значень. До аналізу списочного експерименту ми включили усі 46 анкет, з яких 23 містили комбінацію з чотирьох запитань, а інші 23 – з трьох запитань та окремого прямого запитання про здійснення пожертв.

При побудові множинної регресії було використано логарифмовану модель. У цій моделі значущий вплив продемонстрували усі предиктори, пов'язані з характеристиками одержувачів допомоги. Крім цього, статистично значущий позитивний вплив мало зростання рівня суб'єктивної оцінки матеріального становища опитаних. Інші предиктори, пов'язані з індивідуальними характеристиками учасників, не були значущими.

Для списочного експерименту респонденти з першої підвибірки отримали одне нумеричне запитання з переліком чотирьох дій, які вони

могли робити протягом останнього року. Опитаним необхідно було вказати кількість дій, які вони здійснили. До переліку було включено дію «Пожертви на користь людей, житло яких було пошкоджене через російські обстріли». Для другої підвибірки аналогічне нумеричне запитання містило не 4, а 3 дії. Цій групі також поставили окреме пряме запитання «Чи протягом останнього року ви робили пожертви на користь людей, житло яких було пошкоджене через російські обстріли?».

Порівняння середніх за двома підвибірками виявило статистично значущу відмінність з та без запитання інтересу. Частка респондентів у другій підвибірці, які ствердно відповіли на пряме запитання про пожертви, була нижчою за списочну. Таким чином, респонденти могли не відповідати на запитання про рівень своїх пожертв відкрито.

Це дослідження має певні обмеження: дані було зібрано шляхом опитування вибірки зручності; підвибірки були малонаповнені; чотири комбінації віньєток, які були застосовані, можуть не бути достатніми для того, щоб виключити всі впливи індивідуальних характеристик опитаних на сполучення вимірів віньєток. Результати проведеного аналізу доцільно перевірити шляхом проведення подібних досліджень на інших вибірках, особливо на випадкових репрезентативних вибірках та з застосуванням великої кількості комбінацій віньєток, що може забезпечити висновкам високий ступінь зовнішньої валідності.

Загалом, зростання рівня суб'єктивної оцінки матеріального становища опитаних та усі фактори, пов'язані з характеристиками одержувачів допомоги, виявились статистично значущими за впливом на декларовану суму благодійних пожертв. Також, результати списочного експеримента продемонстрували, що респонденти можуть приховувати реальний рівень своїх пожертв через чутливість тематики. Необхідною виглядає подальша розробка теоретичних основ та методологічного інструментарію щодо здійснення благодійних пожертв у чутливих контекстах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Andorfer, V. A., & Otte, G. (2013). Do contexts matter for willingness to donate to natural disaster relief? An application of the factorial survey. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42(4), 657-688.
2. Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 40(5), 924-973.
3. Chapkovski, P., & Schaub, M. (2022). Do Russians tell the truth when they say they support the war in Ukraine? Evidence from a list experiment. *LSE European Politics and Policy (EUROPP) blog*.
4. Murdoch, M., Simon, A. B., Polusny, M. A., Bangerter, A. K., Grill, J. P., Noorbaloochi, S., & Partin, M. R. (2014). Impact of different privacy conditions and incentives on survey response rate, participant representativeness, and disclosure of sensitive information: a randomized controlled trial. *BMC medical research methodology*, 14, 1-11.
5. Опендатабот. (2023). Як донатять українці в 2023 році: огляд зборів United24, «Повернись живим» та фонду Притули. Оновлено.
<https://opendatabot.ua/analytics/donats-for-victory>

Семенова Анастасія¹

Email: anastasiia.semenova@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305560>

Постколоніальний націоналізм і біополітика жіночого тіла в Україні

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Аналізуючи концепт націоналізму, можемо побачити, що він часто функціонує через біополітичні режими контролю над життям, сексуальністю, репродукцією та демографічними процесами. Це стосується насамперед жіночого тіла, яке, як зазначає Yuval-Davis (2011), у націоналістичних дискурсах часто асоціюється з домом або Батьківщиною. Жінок зображують як «матерів-охоронниць», відповідальних за чистоту та відтворення нації. В результаті жіноче тіло сприймається не як індивідуальне, а як національне, що підлягає захисту та контролю «на користь державі». Однак у цьому процесі суб'єктність самих жінок стирається, а турбота про «націю» стає виправданням для обмеження жіночої свободи (Yuval-Davis, 2011). Форми такого контролю можуть варіюватися – від відкритих обмежень репродуктивних прав і сексуальності до прихованих механізмів, замаскованих під риторику рівності або турботи.

Український націоналізм сформувався в умовах тривалого імперського домінування. Спершу в межах російської імперії, а згодом у складі Радянського Союзу, який відтворював подібні практики через русифікацію та регулювання культурного вираження. Попри проголошену риторику рівності, радянська влада активно маніпулювала гендерними ролями, конструюючи образи «трудолюбивої жінки» та «Батьківщини-Матері» і водночас обмежуючи сексуальність через табуїзацію та редукцію до репродуктивної функції.

Після здобуття незалежності в Україні зберігалися патріархальні структури, успадковані з радянського минулого. Жінки й надалі виступали символами нації – матерями, берегинями та охоронницями традицій. Певне переосмислення національної ідентичності розпочалося після Революції гідності 2013–2014 років і подальшої анексії Криму та окупації частин Донецької й Луганської областей. На цьому етапі український націоналізм набуває рис постколоніального, спрямованого на звільнення від імперських наративів і відновлення культурного суверенітету. У такому контексті постколоніальний націоналізм формується як реакція на досвід політичного та культурного панування, коли інтереси підлеглої спільноти ігноруються, а іноземні цінності нав'язуються як універсальні.

Як показує Martsenyuk (2014), події Революції гідності стали простором не лише відтворення, а й переосмислення традиційних гендерних ролей. Хоча жінок у публічному дискурсі нерідко зводили до ролей «матерів нації» чи «муз революції», вони активно переглядали ці ролі. Жінки брали участь у

¹ Студентка магістратури, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

протестах, формували військові та невійськові жіночі сотні та організовували волонтерські ініціативи. Усе це кидало виклик усталеним гендерним нормам і робило жінок видимими акторками політичного спротиву, демонструючи, що Майдан може бути простором рівного громадянського включення (Martsenyuk, 2014).

Після повномасштабного вторгнення росії у 2022 році процеси деколонізації посилюються: було чітко окреслено символічні межі між «нами» та «іншими» (росіянами). Україна активно почала позбавлятися імперської та радянської спадщини, демонтуючи символи російського домінування, переосмислюючи історичну пам'ять і відновлюючи власну культурну наративність. Крім того, як підкреслює Strelnyk (2024), війна одночасно підсилює традиційні уявлення про чоловіків як «захисників», а жінок – як «захисених», і водночас кидає цим уявленням виклик. Попри домінування патріархальних моделей, перший рік повномасштабної війни продемонстрував, що українські жінки виявляють різноманітні форми суб'єктності, стійкості та опору, що суттєво розширює уявлення про жіночі ролі у воєнний час. Водночас, як наголошує Strelnyk (2024), медіапростір залишається суперечливим: поряд із новими, суб'єктними репрезентаціями жінок формуються й еклектичні моделі, що поєднують професійну участь військових із традиційними уявленнями про «Берегиню» та «Красуню», відтворюючи змішаність агентності (Strelnyk, 2024).

Таким чином, націоналістичний дискурс, що розглядає жіноче тіло як інструмент відтворення спільноти та гарантію її безперервності, природно породжує те, що Gökarıksel, Neubert і Smith (2019) називають «demographic fever dreams» або «демографічною лихоманкою». Уявлення про те, що нація «вимирає», мобілізує страхи щодо демографічної втрати, культурного розчинення та зменшення чисельності «своїх». Цей наратив особливо добре вписується в постколоніальний націоналізм, де держава схильна до політики «збереження нації». Страх «вимирання» стає зручним механізмом мобілізації та контролю, оскільки апелює до емоцій страху втрати колективної ідентичності, культури або скорочення населення. У цьому контексті жінки розглядаються не як автономні суб'єкти, а як «власність нації», відповідальна за її біологічне та культурне виживання (Gökarıksel et al., 2019).

Подібні механізми можна спостерігати й в інших країнах з постколоніальним націоналізмом, де процес відновлення суверенітету супроводжується тривогами щодо демографічної та культурної стійкості спільноти. Ірландія є яскравим прикладом країни, яка тривалий час перебувала під колоніальним впливом і де націоналізм розвинувся як спроба дистанціюватися від цього минулого. В результаті такого історичного досвіду контроль над жіночою сексуальністю та репродукцією став центральним елементом формування національної ідентичності (Luibhéid, 2006). Зокрема, у ХХ столітті Ірландія зіткнулася з демографічною кризою, коли масова еміграція та низький рівень народжуваності створили враження «вмираючої нації» (Luibhéid, 2006). Законодавчі заборони на аборти та криміналізація контрацепції стали інструментами контролю над тілами та вибором жінок.

Luibhéid (2006) називає це явище «націоналізацією» жіночих тіл, коли вони перестають бути приватною справою жінок, а стають ресурсом держави.

Між історичним досвідом Ірландії та процесами, що відбуваються зараз в Україні, можна провести певні паралелі. В обох випадках постколоніальний націоналізм формується як реакція на тривале підкорення сильнішій імперській державі, яка прагнула не тільки політичного, а й культурного та морального контролю. Хоча Україна поки не демонструє масштабного явища «демографічної лихоманки», медійний дискурс останніх років (2024-2025) містить усе більше матеріалів про «демографічні загрози». У публікаціях на кшталт «Як захистити населення України від скорочення — відповідь демографа» (TSN, 2024) та «поради», в яких стверджується, що «для того, щоб населення України не скорочувалося, в ідеалі 100 жінок репродуктивного віку від 15 до 49 років повинні народити 210-220 дітей». Такі формулювання, попри видимість науковості, насправді відтворюють біополітичну логіку контролю над тілом і репродукцією, описану Foucault (1978).

У цьому дискурсі часто згадуються масова еміграція жінок з дітьми за кордон, викрадення українських дітей до росії та значні людські втрати як серед військових, так і серед цивільного населення. Дії росії, включно з обстрілами цивільної інфраструктури та викраденням українських дітей, можна розглядати як дії спрямовані на підриг демографічної стабільності та створення відчуття колективної вразливості. Показовим прикладом є інтерв'ю з уповноваженою з прав дітей росії Марією Львовою-Беловою, в якому вона відкрито говорила про «забирання» дитини з окупованого українського міста (Миронишена, 2025). Такі заяви мають на меті не тільки легітимізувати злочини, а й створити в суспільній сфері наратив безсилля та втрати, що посилює тривогу. Однак для українського суспільства важливо не допустити, щоб цей страх перетворився на політичну фантазію, яка відтворює патріархальні моделі контролю над тілом, репродукцією та національною ідентичністю (Gökarıksel et al., 2019).

Попри ризики відтворення усталених ієрархій, одним із чинників, що може обмежувати такі тенденції, є активна участь громадянського суспільства у процесах політичного ухвалення рішень. Залученість недержавних акторів потенційно зменшує ймовірність монополізації національної ідентичності державними інституціями та створює додаткові механізми підзвітності у випадках, коли відбуваються спроби посилити контроль над тілесністю та репродуктивністю. Зростання впливу феміністичних ініціатив, посилення громадського активізму та розширення публічних дискусій щодо гендерної рівності свідчать про можливість формування в Україні більш інклюзивних підходів до національної ідентичності. Підходів, що не обов'язково ґрунтуються на регуляції тілесності та не покладають на жінок репродуктивні чи тілесні зобов'язання як умову належності до нації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Foucault, M. (1978). *The history of sexuality, Vol. 1: An introduction*. Pantheon Books.

2. Gökarıksel, B., Neubert, C., & Smith, S. (2019). Demographic fever dreams: Fragile masculinity and population politics in the rise of the global right. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 44(3), 561–587.
3. Luibhéid, E. (2006). Sexual regimes and migration controls: Reproducing the Irish nation-state in transnational contexts. *Feminist Review*, 83(1), 60–78.
4. Martsenyuk, T. (2014). Gender and revolution in Ukraine: Women's participation in Euromaidan protests of 2013–2014. *Perspectives on Europe*, 44(2), 15–22.
<https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/33267>
5. Myronyshena, T. (2025, October 21). Russia's children's commissioner shamelessly describes kidnapping a Ukrainian child. *The Kyiv Independent*.
<https://kyivindependent.com/without-shame-russias-childrens-commissioner-casually-discusses-kidnapping-a-ukrainian-child/>
6. Strelnyk, O. (2024). From “Berehynya” and “Beauty” to women's agency: Media images of women in the context of Russia's war on Ukraine. In M. Shevtsova (Ed.), *Feminist perspective on Russia's war in Ukraine: Hear our voices* (pp. 19–39). Bloomsbury Publishing.
7. TSN. (2024, April 10). Як вберегти населення України від скорочення: відповідь демографа [How to protect Ukraine's population from decline: A demographer's answer]. *TCH*.
<https://tsn.ua/ukrayina/iak-vberehty-naselennia-ukrayiny-vid-skorochennia-vidpovid-demohrafa-2812655.html>
8. Yuval-Davis, N. (2011). *The politics of belonging: Intersectional contestations*. Sage.

Сіденко Анна¹

Email: sidenkoanna787@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305591>

Формування національного бренду України через діяльність публічних осіб

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Країни через власну діяльність здатні формувати національний бренд, який закріплюється у свідомості людей. Саме завдяки цьому певні образи або символи асоціюються з конкретними країнами.

За визначенням американського вченого Філіпа Котлера: «Бренд — це ім'я, термін, знак, символ або дизайн, або їх комбінація, що ідентифікує продукти або послуги одного продавця чи групи продавців і вирізняє їх від продуктів або послуг конкурентів» (Kotler & Armstrong, 2017, с. 250). Разом із назвою бренду певного об'єкта у свідомості людини формується набір атрибутів, таких як якість, престиж, довіра, цінність тощо, що формують цілісний образ об'єкта. Це стосується не лише комерційних продуктів, як може здатися на перший погляд, а й ширших явищ: зокрема, бренд може формуватися на рівні країни. Британський експерт у сфері брендингу, Саймон Анхольт, увів у науковий обіг поняття «національний бренд». За словами С. Анхольта, національний бренд — це сукупність уявлень та оцінок, які формуються у міжнародній спільноті стосовно певної країни. Автор приділяє велику увагу тому, що національний бренд виходить за межі традиційного маркетингу. Це пояснюється тим, що національний бренд базується не лише на рекламних кампаніях, а й на реальних діях держави в таких сферах, як економіка, культура, політика та міжнародні відносини. На відміну від товарів, які можна запакувати у гарну «обгортку» та подати у вигідному світлі, з країнами ситуація є складнішою, оскільки вирішальним у формуванні національного бренду є не те, що країни говорять про себе, а те, як вони діють (Anholt, 2011, с. 1-4).

Воллі Олінс, британський фахівець з бренду, надає бренду важливу функцію допомагати зрозуміти, ким ми є, і повідомляти про це світові (Нагорняк, 2008, с. 220). Нині у світі налічується близько 195 держав, одні створили свій національний бренд і успішно його використовують, отримуючи економічну вигоду, інші ж залишаються у тіні. Хорватія є прикладом країни, що за допомогою вдалої міжнародної інформаційної кампанії подолала асоціації з війною на Балканах та сформувала туристично привабливий національний бренд (Одарченко, 2021).

Історія України сповнена великою кількістю трагічних та революційних подій. Це призвело до формування у світі сприйняття України як країни-жертви з численними проблемами: залежність від підтримки інших держав,

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

політична нестабільність, високий рівень корупції. Першу широку поінформованість світу про Україну спричинила аварія на Чорнобильській АЕС в 1986 році. Проведення чемпіонату Євро-2012 стало важливим кроком для покращення іміджу України, оскільки спричинило залучення туристів до України, що дало змогу мешканцям інших країн ознайомитися з українською культурою і способом життям. 2014 рік став переломним для українців – Євромайдан, Революція Гідності, початок війни на Сході України та анексія Криму принесли нову хвилю страждань українському народу. Відтоді Україна почала формувати новий образ держави, що знає свою історію та захищає свій суверенітет, держави, громадяни якої відстоюють свої права та готові боротися до останнього за справедливість. Повномасштабне вторгнення в Україну 2022 року розділило життя громадян на «до» і «після» та задало новий розвиток національного бренду. Кризова ситуація, у якій опинилася Україна, засвідчила, що національний бренд є важливим не лише для престижу країни або розвитку туризму. Національний бренд також став засобом комунікації та протидії ворожій пропаганді. Показовим прикладом є виступ гурту Kalush Orchestra на Євробаченні в 2022 році, який приніс перемогу на пісенному конкурсі та закріпив національний бренд країни на світовому рівні. Заклик фронтмена гурту Kalush Orchestra Олега Псюка про порятунок захисників Маріуполя, які на той момент були замкнені в бункерах «Азовсталі» та оточені російськими військами, нагадав міжнародній спільноті про війну в Україні. Результатом такого вчинку стало збільшення світових пошукових запитів у Google щодо слів «Маріуполь» і «Азовсталь» (Мадрига, 2024, с. 99-100).

Повномасштабне вторгнення стало поштовхом для України розвивати свій бренд. На патріотичній хвилі українські бізнеси зменшили орієнтацію на європейський стиль і цінності, оскільки зрозуміли власну унікальність. З 2022 року простежується утвердження українського стилю та залучення його до різних сфер в Україні. Більшість українських виконавців почали співати українською мовою, деякі переклали російськомовні пісні на українську мову (MONATIK, Оля Полякова та інші). Відмова від російських виконавців привернула увагу до давно діючих українських гуртів, таких як «Океан Ельзи», «Скрябін», «Бумбокс». Зацікавленість громадян у власній музичній індустрії також стимулювала розвиток новітніх українських гуртів, до прикладу Sad Novelist. Наразі україномовні пісні становлять 57% плейлистів на музичних стрімінгових сервісах, це на 23% більше, ніж у 2022 році, засвідчують дані з журналу «Forbes». Результатом вдалої культурної діяльності стало збільшення прослуховування українських пісень за кордоном, 57% на противагу 27% у 2022 році (Качковська, 2025). Піднесення національної свідомості виявилось не лише в музиці, а й у кіноіндустрії. Підтвердженням є поява фільмів, таких як «20 днів у Маріуполі», «2000 метрів до Авдіївки», «Буча», «Щедрик». Відбулося переосмислення цінностей: у теперішніх фільмах відображені трагічні події, які відбуваються в країні. Фільми такого типу виконують декілька функцій: перша це фіксація

подій в історії та пам'яті громадян, друга — комунікаційна, інформування світу про теперішні українські реалії.

Розвиток національного бренду є надзвичайно важливим у наш час. Національний бренд — це про визнання власної країни на світовій арені, захист репутації, збереження культурної спадщини, можливість розповісти про найболючіше. Одним зі шляхів розповісти про власну країну є діяльність публічних осіб.

Коли лунає згадка про українську кухню, одразу ж в уяві виникає образ борщу. Борщ — українська страва, яку звикли готувати з давніх-давен. Рецептúra приготування особлива в кожному регіоні України та є тією самою родинною таємницею, що передається від покоління до покоління. Гастрономічна культура країни може надавати велику кількість інформації про країну, тому важливо її берегти як частину культурної спадщини. «Їжа — це потужний соціальний інструмент, за допомогою якого можна об'єднати або розділити націю», — таку роль надає їжі Євген Клопотенко. Завдяки йому та його команді наша країна може пишатися різноманіттям і вишуканістю української кухні. Радянська влада, що утвердилася в 1917 році, модифікувала не лише мову, архітектуру, моду під свій стиль, а й їжу — така позиція шеф-кухаря. Зменшилося розмаїття страв, а також насиченість їх приправами (Hirsch, 2022). Це пояснює те, чому наразі багато поєднань смаків для нас здаються незвичними. З метою відновлення та передачі майбутнім поколінням дорадянської справжньої української кухні Євген Клопотенко започаткував проєкт «ГастроСпадок», під час якого збираються старовинні рецепти по всій Україні (Klopotenko). За його ініціативи першого липня 2022 року процес приготування борщу внесено до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України. Наразі процес приготування борщу є особливою технікою і мистецтвом — як неополітанське піцайоло в Італії та вашьоку в Японії (Поліщук, 2025). Бізнес-діяльність Євгена Клопотенка спрямована на ознайомлення з українською кухнею та руйнування стереотипів, що українська їжа це суто борщ та вареники. Ресторан «100 років тому вперед» є втіленням цієї мети відомого шеф-кухаря. У травні 2014 року діяч видав книгу «The Authentic Ukrainian Kitchen» в якій запропонував інший погляд на українську кухню (Hirsch, 2022). Така діяльність проливає нове світло на традиційну кухню України в міжнародній спільноті.

Кожний регіон України особливий не лише смаковою гамою, а й стилем життя та цінностями. Дмитро Комаров, який з початком повномасштабного вторгнення став військовим журналістом, фіксує руйнування, завдані ворогом. До його сюжетів увійшла деокупація Київщини, Харківщини та Херсонщини. Дмитро Комаров запустив новий тревел-проєкт «Світ навиворіт. Україна», де розповідає про давні традиції та маловідомі місця України (Дмитро Комаров: чим зараз займається найвідоміший мандрівник України, 2024). У діяльності Дмитра Комарова втілюється одна з вищезазначених важливих функцій національного бренду — інформування світу про події в

Україні. Проєкти висвітлені на YouTube-каналі діяча є матеріалом для ознайомлення світу з життям українців під час війни.

Про силу та стійкість українського духу можна дізнатися переглянувши відео Дмитра Комарова. Говорячи про «силу», варто згадати й Олександра Усика — українського боксера. Перемога боксера над Тайсоном Ф'юрі в 2024 році та Даніелем Дюбуа в 2023 та 2025 роках, привернула увагу світу до України. Демонстрація цінностей та менталітету країни на світовій арені виявляється не тільки через пісенні конкурси, як-от «Євробачення», а й через спорт. Олександр Усик — це втілення непохитності, стійкості й мужності українського народу. Наразі чемпіон прославляє Україну в царині боксу, є абсолютним чемпіоном світу та володарем пояса The Ring (Башкатова, 2025).

Наостанок хочеться розповісти про телеведучу, громадську активістку, меценатку — Марію Єфросиніну. Марія також є однією із засновниць «Фонд Маша», метою якого є протидія насиллю. Діяльність фонду допомагає впоратися із завданими війною психологічними проблемами. До прикладу, один з проєктів фонду «Незламна мама» спрямований на професійну психологічну допомогу матерям та дітям, які постраждали від війни. Партнерами фонду є відомі закордонні компанії: L'Oréal, Chanel, Unicef, UN Women (mashafund). Марія Єфросиніна є послом фонду ООН у галузі народонаселення (UNFPA) в Україні). Таке членство посилює авторитет України на світовій арені. На своїй сторінці в Instagram діячка постить світлини з укриття, де вона перебуває з сином під час повітряних тривог. Такі пости несуть інформативний зміст і показують увесь жах іноземній спільноті, що відбувається під час повітряних тривог в Україні.

Тому, важливу роль при формуванні національного бренду країни відіграють не лише символи, а й публічні особи. Їхня діяльність формує позитивний образ України — країни, що надихає, захищає свої цінності та гідно представляє себе у світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дмитро Комаров: чим зараз займається найвідоміший мандрівник України (2024) / 1+1 Новини. <https://1plus1.ua/novyny/dmytro-komarov-chym-zaraz-zaimaetsia-naividomishyi-mandrivnyk-ukrainy>
2. Мадрига, Т. (2024). Національний бренд України як засіб комунікації в умовах повномасштабної війни. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*, 17. <https://lib-old.pnu.edu.ua/bitstream/123456789/23208/1/15%20%283%29.pdf>
3. Нагорняк, Т. Л. (2008). Країна як бренд. *Національний бренд «Україна». Стратегічні пріоритети*, 4(9). https://www.lib.dp.ua/text/sp_2008_4_29.pdf
4. Одарченко, К. (2021). Репутація країн та національні бренди. *LB.ua*. https://lb.ua/blog/katerina_odarchenko/484614_reputatsiya_krain_natsionalni.html
5. Суспільне Культура. (2025). Українська музика набирає обертів: частка пісень українською в плейлистах зросла до 57%. <https://suspilne.media/culture/1110886-ukrainska-muzika-nabirae-obertiv-castka-pisen-ukrainskou-v-plejlistah-zroslo-do-57/>
6. Суспільне Спорт. (2025). Олександр Усик продовжує лідирувати в рейтингу боксерів у гевівейті за версією The Ring: які зміни відбулись у топ-10. <https://suspilne.media/sport/1095026-oleksandr-usik-prodovzue-lidiruvati-u-rejtingu-bokseriv-u-gevivejti-za-versieu-the-ring-aki-zmini-vidbulis-v-top-10/>
7. Фонд Маша. (n.d.). Про нас / About. <https://mashafund.org.ua/>

8. Anholt, S. (2011). *Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2(1).
<https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>
9. Associated Press. (2022). *Ukrainian borscht becomes symbol of cultural preservation*.
<https://apnews.com/article/ukrainain-borsch-borscht-cultural-preservation-chef-food-ecobd5ce731fe28cf4b35479coeec911>
10. Klopotenko.com. (n.d.). *Проект «ГастроСпадок»*.
<https://klopotenko.com/gastrospadok/>
11. Kotler, F., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.
https://drive.google.com/file/d/1TOzzJe6q3C5z9HSdvWvAqIWTsqo_wnHd/view
12. United Nations Population Fund (UNFPA). (2022). *Maria Efrosinina became the Honorary Ambassador of the United Nations Population Fund in Ukraine*.
<https://ukraine.unfpa.org/en/news/maria-efrosinina-became-honorary-ambassador-un-population-fund-ukraine>
13. TheInWeb Media. (n.d.). *Як борщ стає інструментом культурних бізнес-комунікацій*. <https://theinweb.media/yak-borshch-staye-instrumentom-kulturnykh-biznes-komunikatsiy/>

Соколова Анна¹

Email: a.sokolova_fmtp_9_25_b_d@knute.edu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305622>

Зниження емпатії як наслідок соціальної роз'єднаності у сучасному суспільстві

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

У світі стільки всього відбувається — технології ростуть, новини сиплються як град, в соцмережах «війни» думок, а в житті — просто війна. У таких умовах дедалі частіше ловлю себе на думці, що люди стали більш жорстокі, нетерплячі, і якось далекі одне від одного. Наче ми всі живемо в одному світі, але кожен — у своїй маленькій капсулі. І саме через це, як мені здається, сьогодні так багато говорять про емпатію: ми її втрачаємо.

Емпатія — це коли ти реально намагаєшся зрозуміти іншу людину, а не просто ставиш сердечко під постом. І я помічаю, що навіть прості побутові речі змінилися: раніше сусіди могли поговорити на сходах, запитати, чи все добре. Зараз — кожен зайшов і швидко зачинив двері. У транспорті практично всі дивляться у телефони, і навіть якщо комусь погано — люди довго не реагують. Ніби ми звикли не помічати один одного.

— Емпатія vs. смартфони та життя в онлайні

Тут не можна не згадати Шеррі Туркл. Вона професорка Масачусетського технологічного інституту (MIT) і психологиня, яка вже багато років вивчає, як технології впливають на людей. Я читала уривки з її книги «Alone Together» і дивилась її виступи — вона дуже переконливо говорить, що ми стали «разом, але самотні». Тобто постійно на зв'язку, але не по-справжньому.

Туркл каже, що люди почали боятися «живих» розмов, бо вони непередбачувані. У чаті можна подумати над відповіддю, стерти, переписати. А в реальності — треба дивитися в очі співрозмовнику, переживати емоції тут і зараз. І це важко, особливо коли всі втомлені та нервові. З її слів, ми ніби тренуємо свої соціальні навички менше, ніж раніше — і емпатія слабшає, бо вона теж потребує практики.

Мені це дуже відгукується, наприклад, коли зустрічаєшся з друзями, а вони, замість спілкування, сидять у телефонах.

— Втома, тривожність і «я не можу на це дивитися»

Ще одна причина, на мою думку, — постійна емоційна втома. І війна, і економічна нестабільність, і просто життя, яке дуже виснажує. Коли люди перенавантажені, вони ніби закриваються від чужих проблем, бо власних вистачає. Іноді здається, що для емпатії просто не залишається сил. Я навіть ловлю себе на тому, що бачу сумні новини, і вже немає того шоку, як був раніше. Це страшно — звикати.

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

— Чи завжди емпатія — це добре?

Тут для мене стало несподіванкою задоволення від читання Пола Блума. Він — професор психології в Єлі, і написав книжку «Against Empathy». Спочатку я навіть була обурена назвою, ніби він проти доброти. Але насправді він пояснює, що емпатія буває упередженою. Ми природніше співчуваємо тим, хто «схожий на нас», і можемо ігнорувати тих, хто деє далеко або «чужий».

Блум каже, що краще розвивати не просто емоційне співпереживання, а раціональну емпатію — тобто не лише переживати, а й думати: що реально допоможе? Він не каже: «менше відчувайте», а говорить: «відчувайте мудро».

Мені сподобалось, що Блум не романтизує емпатію, а пише про неї чесно. І в умовах війни в Україні його думка особливо зрозуміла: іноді, щоб допомогти комусь, треба не розплакатись, а спокійно діяти.

У сучасному суспільстві питання зниження емпатії набуває все більшої актуальності, особливо в умовах цифрової трансформації (Шуст, 2025), воєнних конфліктів та зростаючої індивідуалізації соціальних взаємодій. Емпатія, яка традиційно розуміється як здатність розпізнавати та розуміти емоційні стани інших людей, виступає однією з ключових складових соціальної згуртованості та психологічного благополуччя суспільства. Проте, на думку багатьох дослідників, зокрема Шеррі Туркл, сучасний стиль комунікації, що опирається на цифрові технології, сприяє формуванню нових поведінкових моделей, які призводять до поступового «охолодження» емоційного залучення та зниження здатності до співпереживання (Turkle, 2012).

Туркл у своїх роботах підкреслює феномен «разом, але самотні», який характеризує сучасні соціальні відносини, де постійна залученість у цифровий простір створює ілюзію соціального зв'язку, але водночас поглиблює відчуття соціальної ізоляції (Turkle, 2016). Базуючись на багаторічних дослідженнях, вона стверджує, що цифрові комунікаційні інструменти не лише змінюють стиль взаємодії, але й впливають на когнітивні й емоційні механізми, які відповідають за формування емпатії. Онлайн-комунікація зменшує частоту живих соціальних контактів, позбавляє людину невербального сигналу та глибини емоційної присутності, що є важливими компонентами емпатичного процесу.

На противагу цій позиції Пол Блум пропонує критичний підхід до поняття емпатії та розглядає її не лише як позитивний соціальний феномен, а як механізм, що має потенційні когнітивні та емоційні обмеження (Bloom, 2016). Блум розмежовує емоційну емпатію — здатність безпосередньо переживати емоції іншої людини — та когнітивну емпатію, що передбачає раціональне усвідомлення і розуміння емоцій іншого. На його думку, саме когнітивний підхід до емпатії дає змогу уникнути емоційної упередженості та сприяє більш зваженим соціальним рішенням, особливо в умовах кризових ситуацій. Блум наголошує, що надмірна емоційна реакція може не лише погіршувати психологічний стан індивіда, але й знижувати здатність до ефективної допомоги.

Важливим контекстом у дослідженні емпатії виступає сучасна соціальна ситуація, зокрема війни та кризи, які значно впливають на психологічний стан населення. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, конфліктні умови суттєво збільшують ризик виникнення психічних розладів, включаючи депресивні та тривожні стани (Charlson, 2019). Ці проблеми супроводжуються емоційним виснаженням, що ускладнює здатність до емпатії та посилює соціальну дистанцію між людьми. Дослідники вказують на необхідність інтеграції психосоціальної підтримки та миротворчих практик, підкреслюючи, що емоційне відновлення є ключовим фактором у відновленні соціальної єдності (Hamber, 2014).

Окрім того, сучасне суспільство переживає кризу довіри у міжособистісних відносинах, що значною мірою зумовлено впливом інформаційних потоків, маніпуляцій у медіа та інформаційної перевтоми. Люди все частіше обирають емоційну самозахисну стратегію, обмежуючи емоційне залучення, щоб уникнути перевантаження. Це узгоджується з тезою Туркл про «конструктивний емоційний захист», який водночас має негативні наслідки для соціальної емпатії (Turkle, 2015).

Водночас досвід України свідчить про іншу сторону емпатичного потенціалу суспільства. Попри високий рівень стресу, війна активізувала солідарність, взаємодопомогу та волонтерські ініціативи, що свідчить про здатність суспільства до мобілізації емпатичних ресурсів навіть у критичних умовах (UNICEF, 2024). Це демонструє, що емпатія може не лише знижуватися, але й зміцнюватися завдяки спільним викликам.

Таким чином, зниження емпатії не слід розглядати як однозначний та незворотний процес. Скоріше, можна говорити про зміну форм її прояву та необхідність адаптації традиційних підходів до соціальної взаємодії. У сучасних умовах зростає роль соціальних інституцій, освітніх програм і медіа у формуванні культури емпатії та відповідального цифрового спілкування.

Якщо коротко: зараз ми всі ніби поруч, але водночас далеко одне від одного. Технології дають нам зв'язок, але відбирають частину справжнього спілкування. Постійна втома змушує нас закриватися. І емпатія страждає.

Проте ми сподіваємося, що це не назавжди. Ми бачимо, як багато людей волонтерять, допомагають армії, підтримують одне одного в складні моменти. Це означає, що емпатія нікуди не зникла — просто її треба берегти і тренувати. Іноді — через дії, іноді — через розмови, а іноді — просто через звичку помічати інших.

Емпатія — це не «модне слово», а щось дуже людське. І саме вона допоможе нам вижити в цьому неспокійному світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Turkle, S. (2012). Connected, but alone? (TED Talk).
https://www.ted.com/talks/sherry_turkle_connected_but_alone
2. Turkle, S. (2015). Stop Googling. Let's Talk. The New York Times.
<https://www.nytimes.com/2015/09/27/opinion/sunday/stop-googling-lets-talk.html>
3. Шуст Н. Штучний інтелект в освіті в умовах інформаційно-господарства (2015)

4. Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє [Електронний ресурс] : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 17 квіт. 2025 р.) /відп. ред. А. Кравченко. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025 с.289-292.
<https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a5bb35f7-e0ee-4c83-9878-05b55f2391b1/content>
5. Bloom, P. (2016). Against Empathy. The Atlantic
<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2016/12/against-empathy/505832/>
6. Turkle, S. (2016). Why virtual isn't actual, especially when it comes to friends. Harvard Gazette. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2016/04/sherry-turkle-on-the-power-of-conversation/>

Yeremenko Oleksandr¹

Email: yeremenko_o@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305717>

Sociology and Contemporary Social Transformations: Proceedings of the 18th All-Ukrainian Conference of students and young scientists with international participation (Kyiv, Taras Shevchenko National University of Kyiv, November 10-11, 2025). – Kyiv: Naukova Stolytsia, 2026. – 129 p..

Veterans moving from military service to civilian life: contexts, experiences, and decision-making

The unprecedented scale and duration of Russia's full-scale invasion of Ukraine have generated a unique sociological challenge: the mass return of military service members to a society still operating under wartime duress (IOM, 2025; Centre for Sustainable Peace and Democratic Development & UN Development Programme, 2024). By 2025, with over 1.2 million veterans, the effective social integration of this population is transitioning from a specialized policy concern into a crucial national security and socio-economic imperative (Gwara Media, 2023). The success of Ukraine's future reconstruction and demographic stability is fundamentally tied to the effective reintegration of its defenders. The transition from the rigid structure of military culture to the fluid expectations of civilian life demands profound shifts in identity, relationships, and resource navigation.

Our analysis utilizes the Military Transition Theory (MTT) to frame this process. MTT identifies the transition as a multi-phased process (Approaching, Managing, Assessing) where success is a function of interconnected factors, including physical and mental health status, securing adequate employment, family support, and cultural adaptation (Kintzle et al., 2013; Castro & Dursun, 2019). This framework allows for a nuanced interpretation of the challenges faced by Ukrainian veterans, analyzing the critical interlinkages between structural impediments, individual trauma, and strategic adaptive behaviors.

The environment into which Ukrainian veterans return is shaped by significant structural friction, rooted in macro-economic paradoxes and institutional failures. On one hand, Ukraine faces critical post-war reconstruction needs and a projected long-term labor deficit, estimated to require an additional 8.6 million workers by 2032 compared to 2022 levels (UNDP Ukraine, 2025). The large, expanding veteran population (1.2M+) represents a substantial human capital pool, possessing highly valued soft skills cultivated during service, such as adaptability (73%), teamwork (66.5%), and management (64.6%) (Gwara Media, 2023). On the other hand, this high demand coexists with high national unemployment (12.7% in late 2024) and pervasive skill mismatches across sectors and regions (Brus & Pashkina, 2024). The most significant barrier is that 57% of discharged veterans face obstacles in finding employment, despite their operational skills. This is primarily attributed to physical health issues, psychological state, discrimination (faced by nearly 25% of veterans), and low salaries. The persistence of high veteran employment barriers in the face of a critical national labor shortage implies a

¹ Postgraduate student, sociology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

profound structural failure to effectively mediate between military service experience and civilian economic needs. If barriers like discrimination are not systematically overcome, the failure to absorb this human capital will severely undermine Ukraine's reconstruction prospects, translating a social challenge into a critical national economic failure that threatens demographic stability and recovery.

Meanwhile, the formal policy environment seeks to establish comprehensive social security and legal recognition for veterans. However, the practical implementation of these systems is hampered by severe institutional fragmentation and bureaucratic friction. While the state utilizes digital tools, such as the Diia app, to provide veterans with access to benefits data, returning service members frequently report significant bureaucratic hurdles, formalistic approaches, and staff indifference when navigating demobilization and accessing guaranteed benefits (Pryncyp et al., 2024). Furthermore, the quality and accessibility of institutional services, particularly rehabilitation and psychological support, are highly uneven, varying greatly by region and often being low in rural areas. This fragmentation leads to uncertainty regarding entitlements, with up to 20% of veterans reportedly unsure whether they are entitled to specific medical rights. The contextual challenge is exacerbated by the vital, yet supplementary, role of civil society organizations and volunteers. These actors often provide superior care, such as prosthetics and psychosocial support, compared to state systems (Lutsevych, 2024). This disconnect between official mandate and effective service delivery creates a significant institutional trust deficit. The recurring perception among veterans that state services only cover 10-20% of actual needs validates their decision to seek reliable, quality assistance elsewhere, establishing a fundamental contextual barrier that dictates subsequent decision-making processes.

The transition experience is mediated by profound micro-sociological challenges, particularly concerning psychological trauma and the reintegration into pre-war social networks. The return to civilian life is frequently dominated by significant mental health challenges, including Post-Traumatic Stress Disorder (PTSD), depression, isolation, anxiety, and intrusive memories. Beyond psychological distress, up to 73% of veterans experience physical injuries or illnesses directly linked to their military service (Tarasenko et al., 2023). A critical and distinct component of the psychological burden is moral injury (MI). MI is a concept recognized in clinical and sociological discourse, arising from perpetrating, witnessing, or failing to prevent actions that profoundly violate deeply held moral beliefs. This unique form of trauma contributes to negative consequences that extend beyond the symptoms of PTSD, including social withdrawal, loss of trust in self and others, hazardous alcohol and substance abuse, and existential/spiritual crises (Vasylenko, 2025). Addressing MI necessitates specialized approaches, sometimes referred to as «soul care» or pastoral support, which diverge significantly from traditional biomedical models of mental healthcare. Additionally, sociological research highlights that female veterans face unique and severe experiential risks, notably the development of PTSD and depression linked to experiences of sexual and gender-based violence (SGBV) during their service.

The military-to-civilian shift necessitates a challenging negotiation of identity. Veterans frequently struggle with social adaptation, reporting feelings of being isolated and misunderstood by their civilian communities. The Military Transition Theory emphasizes that successful adaptation requires re-acclimation to family life and the adjustment to new family roles. Empirical research confirms the difficulty of this relational shift, documenting high levels of relational conflict and a lack of understanding within the immediate family unit, particularly with spouses and children. These internal conflicts are often correlated with increased aggression and substance abuse among veterans. However, the family environment also acts as a primary buffer against transition distress. Empirical data underscores the family's powerful protective role: veterans who reported high levels of emotional support from their families demonstrated rates of post-traumatic symptoms that were 22% lower, and their adaptation period was found to be 1.8 times shorter (Korchak, 2024). Given the documented insufficiency of formal state Mental Health and Psychosocial Support (MHPSS) systems to meet veterans' needs, and the strong empirical evidence of the family's protective effect, the family unit functionally acts as the primary, yet frequently unsupported, mechanism and social shock absorber for the returning veteran. Consequently, any policy failure to adequately support family members through education, therapy, and financial aid risks destabilizing this critical foundational unit of recovery, potentially turning a protective sociological factor into a locus of compounded conflict.

In response to the fragmented institutional context and complex psychological experiences, Ukrainian veterans demonstrate strategic agency, prioritizing efficient, reliable solutions for support and economic engagement. A significant manifestation of veteran agency is the strategic decision to rely heavily on social capital and informal support networks over formal state systems. A quantitative veteran survey established that every second veteran actively relies on informal networks (friends, fellow veterans, acquaintances) for psychological help or job placement, explicitly bypassing state and municipal services (Klymchuk-Dluhach & Diasamidze, 2025). This decision is a calculated, rational adaptation to the high functional costs (complicated procedures, bureaucracy, long waiting lines) and the perceived low quality or insufficient coverage of formal services. Veterans decide to spend their own funds on treatment and proactively seek assistance from trusted CSOs or fellow veterans, whose services—ranging from rehabilitation to psychosocial support—are often deemed by veterans to be of a «much higher level than the state». This preference for horizontal connections over vertical institutional engagement signifies a fundamental shift in the locus of trust. Veterans prioritize relational efficacy—the reliability of peer networks—over state mandate, thereby demonstrating a strategic decision-making pattern that reinforces the importance of community and peer-led initiatives in the transition process.

Another major economic decision observed among returning veterans is the pursuit of self-employment. Over 63% of veterans express a desire to start their own business after returning to civilian life (Pryncyp et al., 2024). This strong inclination toward economic agency has led to supportive institutional changes, including the recent passage of a landmark law establishing a comprehensive framework for

veteran entrepreneurship support, including grants, loans, tax incentives, and training. The rationale behind this strategic choice is multifaceted: it serves as a powerful coping mechanism and a deliberate decision to circumvent structural employment barriers identified in the job market. Entrepreneurship allows veterans to exert autonomy, controlling their work environment and schedule to manage ongoing physical or mental health needs, while directly leveraging military leadership and adaptability skills without facing the discrimination prevalent in traditional hiring processes.

Veterans' demands for systemic change reflect their decision-making calculus regarding necessary structural support. They are explicitly advocating for enabling tools, not just welfare provision. The top requested support measures include: retraining (50%), the introduction of employment quotas (49.7%), and access to additional education and psychological help (45% each) (Kintzle et al.; Castro & Dursun, 2025). The high demand for mandatory employment quotas is particularly significant, as it suggests a widespread perceived failure of meritocratic hiring processes due to discrimination. This compels veterans to advocate for structural protectionist measures to ensure their fundamental right to economic inclusion is met.

Conclusions. The transition of Ukrainian veterans to civilian life in 2026 will be characterized by a critical friction point between overwhelming structural challenges and robust individual and communal agency. The macro-level Context is one of institutional fragmentation, bureaucracy, and a vital national economic necessity for veteran labor, severely undermined by a structural failure to address skills mismatch and pervasive discrimination. The micro-level Experiences are defined by the complexity of trauma, where the invisible wounds of Moral Injury and high family conflict risks coexist with the empirically proven protective function of the immediate family unit. Finally, Decision-Making is a highly rational, proactive adaptation, favoring the functional reliability of informal social capital (peer networks) over the perceived complexity and inefficiency of formal state services, strategically leading to a significant surge in entrepreneurial engagement as a self-managed, efficacious reintegration strategy.

The sociological implication is clear: successful post-war transformation requires moving beyond symbolic recognition to implement structural and functional reforms. Policy must explicitly acknowledge and leverage the demonstrated agency of veterans by formally integrating and adequately funding high-quality CSO and peer-led support mechanisms. This is the necessary step to bridge the documented institutional trust deficit, ensuring veterans receive immediate and reliable psychosocial support. Furthermore, economic policy must aggressively address discrimination and skills mismatch through targeted retraining and, if necessary, the introduction of employment quotas, thereby ensuring that the 1.2 million returning defenders can fulfill their potential as the essential foundation for Ukraine's recovery, rather than becoming a marginalized social enclave.

REFERENCES

1. Baker, J. E. (2023). A policy of heroes: Veterans affairs as a national security imperative for Ukraine. Syracuse University Institute for Security Policy and Law. https://www.researchgate.net/publication/388474731_A_Policy_of_Heroes_The_Security_Implicative_of_Moving_from_a_Soviet_Pensioner's_Model_of_Veterans_Affairs_to_a_Citizen_Soldier's_Model_in_Ukraine
2. Brus, S., & Pashkina, A. (2024). Veterans Policy in Ukraine: Historical Development and Present Challenges. Pryncyp. https://veteran-reintegration.in.ua/wp-content/uploads/2024/10/go_pryncyp_veterans-policy_d.pdf
3. Centre for Sustainable Peace and Democratic Development & UN Development Programme. (2024). Adapting to Civilian Life: Entry Points to Strengthen Veterans' Reintegration in Ukraine. <https://www.undp.org/ukraine/publications/adapting-civilian-life-entry-points-strengthen-veterans-reintegration-ukraine-based-rescore-ukraine-2024>
4. Gwara Media. (2023). Poll: 57% of veterans in Ukraine face barriers to employment.
5. IOM. (2025). IOM Ukraine Veteran Profiles and Reintegration Challenges in Ukraine.
6. Kintzle, S., & Castro, C. A. (2013). The military transition theory: Rejoining civilian life. International Society for Traumatic Stress Studies (ISTSS). <https://istss.org/military-matters-the-military-transition-theory-rejoining-civilian-life-carl-andrew-castro-phd-and-sara-kintzle-phd-lmsw/>
7. Klymchuk-Dluhach, V., & Diasamidze, D. (2025). Empowering veteran entrepreneurs through legislative reform in Ukraine. IREX. <https://www.irex.org/success-story/empowering-veteran-entrepreneurs-through-legislative-reform-ukraine>
8. Korchak, M. (2024). The key role of family environment and social support in the psychological recovery of combatants. *Advanced Law and Social Research Texts*, 2025(2).
9. Lutsevych, O. (2024). Ukraine's wartime recovery: The role of civil society. Chatham House.
10. Pryncyp, IREX, & Veteran Hub. (2024). Ukraine and veterans: Shaping future policy challenges and solutions.
11. Sopilko, O. A. (2023). Socio-economic integration of military veterans in Ukraine: Public perceptions and policy challenges. *Problems and Perspectives in Management*.
12. Tarasenko, D., Prokhorenko, L., & Rybalko, K. (2023). Stress, adaptation, and mental health in veterans and internally displaced persons in the context of the Russo-Ukrainian War. *Frontiers in Psychology*.
13. Adapting to civilian life: Entry points to strengthen veterans' reintegration in Ukraine UNDP Ukraine. (2025). <https://www.undp.org/ukraine/publications/adapting-civilian-life-entry-points-strengthen-veterans-reintegration-ukraine-based-rescore-ukraine-2024>
14. Vasylenko, M. (2025). Mental health challenges and moral injury in Ukrainian National Guard service members' narratives. *Frontiers in Sociology* https://www.researchgate.net/publication/361769647_A_Concept_Analysis_of_Moral_Injury_in_Ukrainian_National_Guard_Service_Members'_Narratives_A_Clinical_Case_Study

СЕКЦІЯ 2: КЛАСИЧНА І СУЧАСНА СОЦІОЛОГІЧНА ТЕОРІЯ В ПОЯСНЕННІ НОВІТНІХ ТРАНСФОРМАЦІЙ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Денисюк Максим¹

Email: bayanroyan@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305763>

Візуальний дизайн реклами в соціальних мережах як інструмент соціального впливу

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Сучасні соціальні мережі стали невід'ємною частиною бізнес-середовища та повсякденного життя користувачів, виступаючи потужним інструментом комунікації та впливу на аудиторію (Хиневич & Єжова, 2025; Дизайн соціальних медіа..., 2024).

Соцмережі формують нові культурні тренди та дозволяють брендам та суспільним інститутам безпосередньо звертатися до споживача. Візуальний контент в таких мережах має вирішальне значення: яскраві та якісні зображення і відео привертають увагу та створюють емоційний зв'язок з користувачами (Хиневич & Єжова, 2025; Дизайн соціальних медіа..., 2024). Також дизайн допомагає формувати унікальну ідентичність бренду – кольори, шрифти, логотипи тощо полегшують впізнаваність серед інформаційного потоку (Дизайн соціальних медіа..., 2024; Social Media Design, 2023). У перенасиченому цифровому просторі візуальна привабливість реклами є ключовим фактором залучення і утримання уваги, що підкреслює роль дизайну як інструмента соціального впливу (Хиневич & Єжова, 2025; Social Media Design, 2023).

Метою роботи є вивчення ролі візуального дизайну реклами в соціальних мережах як інструмента соціального впливу. Зокрема, досліджено естетичні та культурологічні аспекти візуальних повідомлень та їх вплив на сприйняття аудиторією (Хиневич & Єжова, 2025; Підлісна & Виборнов, 2021).

Методи та методика дослідження: використано комплексний підхід. Проведено контент-аналіз рекламних публікацій у соцмережах для виявлення поширених візуальних прийомів. Застосовано семіотичний аналіз ключових графічних елементів (кольору, шрифту, ілюстрацій) з огляду на культурний контекст (Попова, 2022). Додатково використано порівняльний аналіз кейсів успішних кампаній (Dumb Ways to Die, 2012; Dove, 2013) на різних платформах (Instagram, Facebook, TikTok). Результати аналізу доповнено соціологічним опитуванням цільової аудиторії щодо впливу різних візуальних стилів реклами на сприйняття та поведінку.

¹ Студент бакалаврату, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

Сучасна реклама в соціальних мережах є надзвичайно актуальною і ефективною практикою (Підлісна & Виборнов, 2021). Одним із визначальних факторів її успіху є візуальне оформлення креативу: якісні, привабливі зображення та графічні елементи моментально виділяють рекламний допис серед інформаційного потоку і привертають увагу аудиторії (Social Media Design, 2023). Дослідження показують, що вдало спроектований візуал значно збільшує залученість користувачів, зміцнює імідж бренду та сприяє ефективному донесенню рекламного повідомлення (Дизайн соціальних медіа..., 2024; Психологія споживача, 2023). Зважаючи на це, розробка візуальної стратегії стає критичною складовою SMM.

Психологічний вплив візуальних елементів широкомасштабний: кольори, форми й композиція залучають увагу та формують суб'єктивне сприйняття реклами. Колір як ключовий елемент дизайну підсилює бажані асоціації: наприклад, червоний стимулює збудження і привертає увагу, у той час як синій викликає відчуття спокою і надійності (Зозуля, 2022). У рекламі кожен відтінок виконує багатофункціональну роль: він привертає інтерес потенційних споживачів, виділяє ключові якості продукту, підвищує запам'ятовуваність повідомлення і формує позитивне ставлення до бренду (Зозуля, 2022; Попова, 2022). Крім того, дизайн творчо впроваджує соціокультурні коди: рекламні повідомлення, що резонують з існуючими культурними нормами та цінностями цільової аудиторії, виявляються значно ефективнішими (Попова, 2022; Social Media Design, 2023). Візуальні ж образи реклами створюють не просто привабливий зовнішній вигляд, а й багатосаровий смисловий конструкційний простір, який сприймається на свідомому та підсвідомому рівнях. Такі зображення не лише приваблюють увагу, а й викликають сильні емоційні реакції та швидше доносять суть бренду (Social Media Design, 2023). Водночас вони допомагають глядачам глибше відчувати сенс повідомлення, адже якісний візуал значно підвищує ймовірність взаємодії користувачів з рекламою (Social Media Design, 2023; Психологія споживача, 2023).

Гарантованим маркером ефективності рекламного контенту стає професійне оформлення: від стилістичної єдності візуальної айдентики до високої якості графіки (Бриндак, 2023). Високий рівень дизайну безпосередньо корелює з активністю аудиторії – саме від графічного оформлення здебільшого залежить те, наскільки успішною буде комунікація між брендом та клієнтом (Бриндак, 2023; Дизайн соціальних медіа..., 2024). Якісний дизайн має властивість не лише привертати увагу, а й утримувати її, викликаючи довготривалі емоційні асоціації: завдяки цьому підвищуються показники залученості користувачів і лояльності до бренду (Дизайн соціальних медіа..., 2024; Психологія споживача, 2023). У цифровому маркетингу це виражається у збільшенні кліків, коментарів і поширення контенту, що підтверджується аналітичними даними з різних рекламних кампаній (Психологія споживача, 2023).

Приклади реальних кейсів демонструють ці закономірності: так, популярна анімаційна кампанія Metro Trains «Dumb Ways to Die» з яскравими

графічними персонажами й гумористичним сюжетом значно підвищила залученість аудиторії та довіру до повідомлення про безпеку (Dumb Ways to Die, 2012). У комерційній рекламі соціокультурні емоційні наративи підтвердили свою ефективність: кампанія Nike «Dream Crazy» із Коліном Каперніком призвела до зростання продажів і лояльності до бренду (Nike, 2018). Схожими прикладами є акції Coca-Cola і Dove. Персоналізована «Share a Coca-Cola» спонукала користувачів ділитися власним контентом (фото з іменними етикетками) і підняла продажі (Coca-Cola, 2014). Кампанія «Справжня краса» від Dove з висвітленням «реальних» жінок спричинила інтенсивне залучення аудиторії і посилила лояльність до бренду (Dove, 2013). Наведені кейси підтверджують, що єдність графічних рішень та культурних кодів робить рекламу потужним засобом соціального впливу: аудиторія не лише сприймає образи на візуальному рівні, але й ідентифікує себе із зафіксованими цінностями.

Отже, проведений аналіз однозначно демонструє ключову роль візуального дизайну у формуванні соціального впливу реклами в мережі. Узагальнені дані свідчать про прямий зв'язок між якістю графічного оформлення і рівнем залученості аудиторії (Бриндак, 2023; Дизайн соціальних медіа..., 2024; Психологія споживача, 2023). Цей висновок повністю відповідає поставленій меті дослідження та підкреслює актуальність теми: саме через продуманий візуальний контент бренди здатні ефективно привертати увагу, викликати емоційний відгук і формувати потрібні соціокультурні зміни в сприйнятті аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бриндак, С. М. (2023). Вплив візуального контенту на поведінку споживачів у цифровому середовищі. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*, (1165), 390–392.
2. Дизайн соціальних медіа та його роль у маркетингових кампаніях: вплив на ефективність та конверсію. (2024, 20 лютого). *PerfectPR*. <https://perfect-pr.com.ua/dyzajn-soczialnyh-media-ta-jogo-rol-u-marketyngovyh-kampaniyah-vplyv-na-efektyvnist-ta-konversiyu/>
3. Зозуля, В. М. (2022). Психологія кольору в дизайні реклами. *Маркетинг і реклама*, (2), 139–147.
4. Підлісна, О. А., & Виборнов, А. О. (2021). Аналіз тенденцій застосування реклами у соціальних мережах. *Економічний вісник Дніпровського університету*, (4), 166–174.
5. Попова, Л. В. (2022). Семіотика реклами: візуальні образи і смислові коди. У *Комунікативні аспекти сучасної реклами: зб. наук. праць* (С. 159–175). Ін-т журналістики.
6. Психологія споживача: як вона впливає на рекламні стратегії. (2023, 26 грудня). *Cases.media*. <https://cases.media/en/article/psikhologiya-spozhyvacha-yak-vona-vplyvaye-na-reklamni-strategiyi>
7. Хиневич, Р. О., & Єжова, О. В. (2025). Дизайн візуальних повідомлень у соцмережах: естетичні та культурологічні аспекти. У *Актуальні проблеми сучасного дизайну: тези доп. VII Міжнар. наук.-практ. конф., 04 квіт. 2025, Київ* (С. 371–373). КНУТД.
8. Coca-Cola. (2014). *Share a Coke Campaign*. <https://www.coca-colacompany.com/share-a-coke>

9. Dove. (2013). *Real Beauty Campaign*. <https://www.dove.com/uk/realbeauty.html>
10. Dumb Ways to Die. (2012). *Metro Trains*. <https://metrotrains.com.au/dumbways>
11. Nike. (2018). *Dream Crazy Campaign*. <https://www.nike.com/us/en/dream-crazy>
12. Social Media Design: Creating Attractive Profiles and Posts. (2023, 27 вересня). *COI: Design & Co*. <https://coi.ua/en/blog/DesignCo/social-media-design-creating-attractive-profiles-and-posts/>

Фалій Вікторія¹Email: v.faliy_fmtp_9_25_b_d@knute.edu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305792>**Особистість в сучасних реаліях:
особливості, становлення, розвиток**

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Особистість у сучасних умовах стикається з викликами постійних змін, інформаційного перевантаження та віртуалізації спілкування, що вимагає вміння протистояти невизначеності та постійної гнучкості й адаптації. Сучасна людина в пріоритеті повинна розвивати навички самостійного сприйняття інформації (Шуст, 2019), самоконтролю, самовираження та саморозвитку для ефективного функціонування в динамічному соціумі.

У поняття «особистість» відсутнє чітке визначення, оскільки в соціології, психології, політології та інших суспільних науках воно трактується залежно від об'єкту дослідження даної науки. У соціології особистість виступає основним елементом суспільства. Особистість становить собою сукупність психосоціальних, культурних факторів, що впливають на людину, тим самим розвиваючи в ній світосприйняття, притаманне даному індивіду, та забезпечує його розвиток. Відповідно до суспільства, в якому народилася людина, від виховання, культури, ціннісних орієнтирів та інших соціальних факторів залежить формування її особистості.

Важливу роль в соціалізації та становленні людини відіграє духовність особистості. Виховання духовності – це, насамперед, формування моральної свідомості, тобто моральних принципів та норм, ідеалів особистості. Виховання та навчання займають вагоме місце в житті особи, оскільки саме це дає людині змогу адаптуватися до суспільства, приймаючи культуру, соціальні норми і правила (Богданова, 2011). Життєдіяльність особистості забезпечує можливість існування суспільства, виступаючи основною функцією збереження цілісності та розвитку даного суспільства. Також культурні, природні і соціальні чинники суспільства забезпечують життєдіяльність окремої людини.

Отже, суспільство існує завдяки особистості, яка спрямовує свій ресурс на його функціонування, і навпаки, існування суспільства дає змогу культурно рости і розвиватися окремому індивіду (Філіпчук, 2024). Беручи за приклад повоєнну відбудову України, варто зазначити, що особистість відіграє вагому роль у повному відновленні нашої держави, віддаючи свій ресурс, а взамін отримуючи соціальний захист і гарантії.

Особливість становлення особистості полягає в тому, що це довгий процес, який ніколи не закінчується. Важливим чинником становлення є соціалізація особистості, адже вона охоплює різні сфери життєдіяльності людини, впливає на вибір способу життя та її подальших проявів. Соціалізація

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

в широкому розумінні як процес становлення особистості вирізняється завдяки суспільству, котрому притаманні ті чи інші культурні особливості, менталітет, норми та цінності. Як вже зазначалось вище, особистість залежить від суспільства, а суспільство існує завдяки особистості, тож наші уявлення про моральність і інші чинники суспільного життя дещо змінилися, але водночас суспільство живе за встановленими формами і діє за тими самими законами, що і в минулому. Особистістю є окремий індивід, який, вбираючи в себе моральні норми, цінності, культуру, розвивається і стає окремою персоною, що живе в суспільстві.

Особлива роль у сучасному суспільстві належить освіті (Шуст & Дубовик, 2023), оскільки вона відкриває нам дорогу в майбутнє, робить нас соціально та інтелектуально розвиненими. Тому людині для сучасної адаптації (Шуст, 2025) необхідно навчатися впродовж усього життя, а система освіти має надавати їй такі можливості.

Сучасна людина може адаптуватися до реалій сьогодення завдяки навичкам саморозвитку, критичного мислення, зберігаючи психологічну стійкість та при цьому будучи відкритою до змін. Тому для становлення особистості потрібне виховання, соціалізація, громадянська діяльність. Важливу роль відіграє самоосвіта людини та примноження нею культурного надбання в суспільстві. Роль особистості в суспільстві є визначальною, оскільки без її існування неможливе існування суспільства. Розвиток відбувається починаючи з народження і впродовж всього життя людини. Як на мене, особистість яскраво виражається в мистецтві, політиці, громадянській діяльності, в різних формах самовираження. Надважливою є соціалізація, адже індивід в процесі входження в соціум реалізує свої особистісні якості, таким чином реалізуючись як член суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богданова, Н. (2011). Основні фактори формування життєтворчості особистості. *Освіта регіону*, (2), 266–271.
2. Філіпчук, О. Р. (2024). Формування національної ідентичності особистості в умовах сучасних викликів. *Педагогічна академія: наукові записки*, (8), 1–15.
3. Шуст, Н. Б., & Дубовик, С. М. (2023). Роль соціогуманітарних знань у процесі економічного відновлення України. У *Соціокультурні засади економіки і політики: взаємозв'язки, тренди, суперечності: тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф., 16 листоп. 2023, Київ* (с. 234–238). Держ. торг.-екон. ун-т.
4. Шуст, Н. Б. (2019). Правове регулювання відкритих освітніх ресурсів як об'єкта цивільних правовідносин. У *Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції «Юриспруденція в сучасному інформаційному просторі» (Т. 2), 1 бер. 2019, Київ* (с. 164–165). Вектор.
5. Шуст, Н. (2025). Штучний інтелект в освіті в умовах сучасного суспільства. У *Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє: тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., 17 квіт. 2025, Київ* (с. 289-292). Держ. торг.-екон. ун-т.

Дузь Марія^I

Email: mariia.duz@knu.ua

Коробіцина Ніка^{II}

Email: nika.korobitsyna@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305837>

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Відпочинок як праця: соціальні механізми (не)розслаблення в сучасному світі

Праця, відпочинок і дозвілля є чималою частиною суспільного життя кожного з нас. Питання того, як люди відпочивають, постає протягом усього існування суспільства. В нашій роботі ми використовуємо поняття відпочинок як сукупність видів діяльності, у процесі яких задовольняються «соціальні, духовні та інші нематеріальні потреби людини», поновлюються її фізичні, розумові та нервові ресурси, розвиваються особистісні якості. Усі ці види діяльності поділяють на дві підгрупи: активну (фізичну й розумову) та пасивну (перегляд телепередач, відвідування кінотеатрів тощо) (Біленький et al., 2006, с. 49). Дозвілля, у свою чергу, ми розуміємо як «частину вільного часу, що використовується для занять, які сприяють, в основному, відновленню фізичних, розумових та психічних сил людини. Складовими дозвільної діяльності є культура споживання, що має індивідуальний характер (читання газет, журналів, книг, перегляд телепередач, слухання радіо тощо), культура споживання публічно видовищного характеру (відвідування театрів, кіно, концертів, музеїв, виставок тощо), спілкування, фізичні заняття, розваги та ігри, пасивний відпочинок» (Біленький et al., 2006, с. 86).

Отже, відпочинок насамперед є фізичним та ментальним відновленням сил людини, що виникає з потреби у цьому відновленні, і може бути як активним, так і пасивним. Натомість, дозвілля включає в себе різноманітні форми проведення вільного часу, у тому числі, відпочинок, але не зводиться тільки до нього.

У сучасному суспільстві межа між працею, відпочинком та дозвіллям розмивається і набуває нового значення, стає певним феноменом, характерним саме для цього суспільства. Кріс Рожек в своїй роботі «Праця дозвілля» (Rojek, 2009) стверджує, що люди дедалі частіше сприймають час відпочинку не як час для розслаблення і бездіяльності, а як час, що дає можливість інвестувати у власну ефективність, саморозвиток чи соціальний капітал. Все це використовує емоційний та інтелектуальний ресурс людини для подальшого самовдосконалення. Таким чином, відпочинок і дозвілля

^I Студентка бакалаврату, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

^{II} Студентка бакалаврату, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

стають ще однією формою праці, а культура (не)розслаблення стає характерною рисою сучасного суспільства.

Розуміння відпочинку змінюється в різні історичні періоди під впливом економічних і соціальних умов. Дослідники відзначають, що в індустріальних суспільствах у період 1930–1970-х років відпочинок набув регламентованого характеру. Дозвілля було чітко відокремлене від робочого часу та розглядалося передусім як спосіб фізичного відновлення працівника (Roberts, 2006, с. 90). Перехід до постіндустріальної економіки в другій половині XX століття супроводжувався змінами в структурі праці та часу, що вплинуло і на практики дозвілля. У 1980–1990-х роках у західних суспільствах утвердилася неоліберальна логіка «самоменеджменту», згідно з якою кожна людина постає як проєкт, що потребує постійного вдосконалення та праці над собою.

В XXI столітті цей процес радикалізувався з розвитком технологій. Цифрова економіка, мобільна праця, економіка вражень та культура «завжди онлайн» зробили час головним ресурсом і об'єктом контролю. Відпочинок перестав бути «правом на паузу» і став частиною системи продуктивності – простором, який також підлягає монетизації, плануванню та вимірюванню ефективності.

Водночас соціальні мережі інституціоналізують нову норму: відпочивати треба правильно, ефективно, з користю. Сучасність наразі характеризується тим, що навіть відпочинок набуває рис праці: він організований, керований і спрямований на підвищення власної продуктивності в майбутньому.

Одним із авторів, що розглядали відпочинок та дозвілля був Т. Веблен. У своїй праці «Теорія бездіяльного класу» він зазначав, що історично дозвілля було визначником статусу та багатства, оскільки лише заможна людина мала можливість не займатися продуктивною працею для задоволення власних потреб – за неї це робили піддані або раби (Veblen, 1899). Дозвілля за Вебленом визначається як утримання від роботи, що було доказом поважності у соціальному спілкуванні, натомість продуктивна праця в той час була принизливою. Веблен в своїх працях вводить термін «клас дозвілля» для позначення «особливої страти вищого класу США другої половини XIX ст., яка виявляла презирство до будь-яких форм ручної та виробничої праці, а також стверджувала власне статусне становище завдяки демонстративному споживанню й утриманню від праці» (Біленький et al., 2006). Якщо відштовхуватися від суспільства, яке описував у своїй праці Веблен, характеристики праці та дозвілля у далекому минулому дещо відрізнялися від сучасного уявлення: праця була ганебною справою, люди намагалися довести, що можуть не працювати (тобто мати дозвілєве життя) і при тому бути багатими, а проведення вільного часу часто набувало символічного характеру – люди здобували навички, які не мали практичного застосування (наприклад, знання мертвих мов). Саме дозвілля створювало соціальну дистанцію між класами і опесередковано підсилювало наявну ієрархію в суспільстві.

Також в загальних рисах можна окреслити розуміння дозвілля і праці іншими авторами. Наприклад, Жорж Батай визначає дозвілля не як вторинну діяльність людини після первинної – праці, – а навпаки. Дозвілля є першочерговою метою, де праця є інструментом, що допомагає задовольнити цю мету: «Виробництво є лише засобом, підпорядкованим витраті» (Bataille, 1985, с. 171). А саме дозвілля є розсіюванням енергії та часу без певної мети, і в цьому забезпечується свобода людини.

На відміну від Жоржа Батая, Жан Бодріяр у своїй роботі «Симулякри і симуляція» писав, що «праця стала потребою, предметом суспільного попиту, так само як і вільний час, якому вона рівноцінна в загальній диспетчеризації життя» (Бодріяр, 2004, с. 42). Тобто ми можемо сказати, що в його розумінні і праця, і відпочинок несуть один сенс для людей – продуктивність витраченого часу та споживання. Відпочинок в сучасному суспільстві є не свободою, як раніше зазначав Батай, а лише імітацією свободи, де насправді вільний час людини є продовженням праці, але в іншій формі. Тобто під час свого дозвілля людина не відпочиває по-справжньому, а лише виконує роль того, хто відпочиває, підтримуючи ту систему, яка і контролює те, як люди мають працювати і відпочивати, задовольняючи потреби суспільства споживання. Цю тенденцію можна прослідкувати в сучасному гуморі. До прикладу, гарно цю ідею описує сучасний жарт-мем щодо потреби відпочинку після відпустки. Відпустка стала не простором для відпочинку, а ще одним проєктом із власними вимогами та очікуваннями. І саме тому вона починає відтворювати логіку праці.

Сучасні концепції дозвілля відрізняються в своїй інтерпретації. До прикладу, Кріс Рожек у своїй праці «The Labour of Leisure: The Culture of Free Time» (Rojek, 2009) пропонує сучасне бачення дозвілля в умовах неоліберального капіталізму. Його концепція полягає в тому, що вільний час більше не є автономною сферою життя, а підпорядковується тій самій логіці продуктивності, що й праця. На його думку, на відміну від вебленівського «демонстративного дозвілля», у якому відпочинок був показником статусу через бездіяльність, у сучасному світі відпочинок стає простором активного самовдосконалення, постійної роботи над собою, а праця перестає бути ганебною справою. Рожек описує це як «працю дозвілля» (labour of leisure) – коли індивід витрачає час і ресурси на побудову свого успішного образу через різні практики добробуту (wellness practices) – такі як спорт, подорожі, курси особистісного розвитку, самоосвіта тощо. Людина не просто відпочиває, а виконує роботу над власним тілом, психікою й формуванням корисних соціальних зв'язків. Таким чином Рожек пропонує новий погляд на сьогоденні реалії, де дозвілля стає формою праці, а свобода підмінюється самоконтролем і необхідністю відповідати суспільним очікуванням ефективності (Rojek, 2009).

Тенденції до нового підходу розуміння дозвілля та відпочинку ми можемо спостерігати щоденно. Гортаючи стрічку ТікТок та вводячи в пошук «Відпочинок» або «Як відпочити», ми натрапляємо на низку різноманітних відео. Найбільше таких – про подорожі. Далі чимало відео говорять нам як

саме варто відпочивати. Низка відео із назвами «6 способів відпочити» розповідають про те, як саме якісно відпочити у різних випадках втоми. Розумовий відпочинок-прогулянка, прибирання, миття посуду – тобто механічні дії, які не задіюють розум. Фізичний відпочинок – пасивний (сон) і активний – масаж, йога, розтяжка – дають тілу відпочити, при тому активно задіюючи його. Сенсорний – полежати нічого не роблячи, тобто не задіюючи жодну сенсорну систему. Творчий – займатися різноманітними хобі, в яких можна проявитися креативно (танці, спів, малювання тощо). Соціальний – зустріч із людьми, що надихають та надають енергію, або навпаки – час наодинці. Емоційний – зайнятися справою, що наповнює, приносить задоволення. Тож якщо підсумувати цей тренд щодо шести видів відпочинку, можна сказати, що більшість із них спрямовані на якісне та часом продуктивне дозвілля (хатні справи, спорт, хобі, поліпшення соціальних зв'язків тощо). Також є відео, що дають визначення самому відпочинку як «тому, що не відповідає діяльності праці», тобто тут відпочинок має бути протилежністю до робочої рутини. «Як правильно використовувати вечірній час», «як правильно відпочивати», «провина за пасивний відпочинок» фігурують у цих відео. Отже якщо робити певний підсумок стосовно того, як розповідають про відпочинок у цій соціальній мережі, можна сказати, що люди зацікавлені у тому, щоб проводити вільний час для себе з користю і певною продуктивністю, аби відчувати розслаблення через різні види діяльності, а бездіяльність майже не згадується як така, що є формою дозвілля.

Результати «Дослідження дозвілля і культурних потреб міської молоді в Україні», що було проведено в 2020 році аналітичним центром «Cedos» за підтримки «Українського культурного фонду» (CEDOS, 2020) підтверджують тенденцію того, що межа між працею та відпочинком розмивається. Молодь, яка працює у сфері інформаційних технологій чи креативних індустрій, зазначає, що робота і відпочинок не мають чіткої межі, оскільки власні інтереси поєднуються із працею. Також більшість молоді не розрізняли поняття «відпочинок» та «дозвілля», ототожнюючи їх. «Серед усіх витрат зі свого бюджету молодь найбільше схильна економити на витратах на дозвілля (73%), відпустки і подорожі (71%)», тобто дозвілля вважається «дорожчим» або «менш пріоритетним» порівняно з іншими витратами, що може свідчити про те, що воно припинило бути просто способом відпочити, а стало такою собі «інвестицією» у власне проведення вільного часу, яке можна контролювати.

У сучасному суспільстві зміни в розумінні дозвілля мають кілька важливих наслідків. По-перше, нормою стає підміна відпочинку різними формами «самороботи»: турботою про тіло, розвитком соціального капіталу, самоосвітою, підтриманням публічної самопрезентації. Це сприяє хронічному напруженню та відчуттю провини за пасивність, що формує нові режими емоційного контролю. По-друге, дозвілля дедалі більше відтворює соціальні нерівності. Доступ до «правильного» відпочинку залежить від доходу, гнучкості роботи та цифрових навичок. По-третє, соціальні мережі

інституціоналізують нові норми відпочинку, перетворюючи його на елемент символічного капіталу та на арену постійного самопредставлення.

У широкій історичній перспективі зміни в розумінні дозвілля відображають зміни способу організації праці та соціально-економічних режимів. Якщо індустріальна доба відокремила працю від відпочинку, то цифрова доба знову їх об'єднала, але вже на новому рівні – не зовнішнього примусу, а внутрішньої самодисципліни і постійної продуктивності. Це створює нову конфігурацію соціальних відносин, у якій відпочинок перестає бути приватним простором і все більше перетворюється на форму соціальної та культурної праці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біленький, Є. А., Козловець, М. А., Саух, І. В., Федоренко, В. О., Котвицький, А. А., Цибульський, В. В., Жиловага, А. С., & Дебой, В. М. (2006). *Соціологія: словник термінів і понять* (Є. А. Біленький & М. А. Козловець, ред.). Кондор.
2. Бодріяр, Ж. (2004). *Симулякри і симуляція* (В. Ховхун, пер.). Основи.
3. CEDOS (Центр дослідження суспільства). (2020, 28 жовтня). *Дослідження дозвілля і культурних потреб міської молоді в Україні*. https://cedos.org.ua/wp-content/uploads/doslidzhennya_dozvillya_i_kulturnyh_potreb_miskoi%CC%88_molodi_v_u_krai%CC%88ni.pdf
4. Bataille, G. (1985). The notion of expenditure. In A. Stoekl (Ed. & Trans.), *Visions of excess: Selected writings, 1927–1939* (pp. 169–187). University of Minnesota Press.
5. Rojek, C. (2009). *The labour of leisure: The culture of free time*. SAGE Publications.
6. Roberts, K. (2006). *Leisure in contemporary society* (2nd ed.). CABI.
7. Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. Macmillan.

Федоренко Ольга¹

Email: oo.fedorenko@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305852>

Кава як соціальний та культурний феномен у повсякденності та в умовах війни

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Кава давно перестала бути просто напоєм – вона стала соціальним феноменом, який об'єднує економічні, культурні та символічні виміри людського життя. У сучасному світі, де повсякденність дедалі більше структурується через споживчі практики, кава виступає медіатором соціальних зв'язків, маркером статусу, засобом самовираження і індикатором глобальних соціальних трансформацій.

Дослідження кави у соціологічному вимірі відкриває можливість осмислити як глобальні, так і локальні процеси трансформації повсякденності – від колоніальної історії товару до формування кавової ідентичності.

Батьківщиною кави вважається Ефіопія. За легендою пастух помітив, що його кози ставали більш енергійними після того, як з'їдали ягоди з певного дерева. Розповсюдження кави по всьому світу тісно пов'язане з колоніалізмом та промисловими революціями. Приблизно на початку XVII століття кава потрапила в Європу завдяки таким колоніальним державам як Франція, Нідерланди та Велика Британія. Колонізатори привласнили зерна та плантації, створивши абсолютно нову кавову культуру в Європі, часто не пов'язану з багатовіковими традиціями та ритуалами країн, які започаткували її вирощування та виробництво. Поява нових транспортних технологій у XIX столітті також була важливим елементом у розвитку світової торгівлі кавою. Промислова революція в Європі, і, зокрема, розвиток морського транспорту, значно прискорили розподіл продукції та дозволили розпочати масові міжконтинентальні перевезення (Балушинська & Тобіасевич, 2025).

Кава є одним з найважливіших сільськогосподарських продуктів у світі. Країни-виробники кави зазвичай є країнами, що розвиваються, тоді як країни-споживачі – це, переважно, розвинені країни. Пояснюючи термін «соціологічна уява», Е. Гідденс вдається до аналізу кави. Він пише: «Поряд з нафтою, кава є найціннішим товаром у міжнародній торгівлі; вона забезпечує багато країн найбільшим джерелом іноземної валюти. Виробництво, транспортування та розповсюдження кави вимагають безперервних транзакцій між людьми, які знаходяться за тисячі миль від споживача кави» (Giddens, 2009, p. 7-8).

Швидке зростання ринку кави також створило попит на її різноманітні форми, популяризувавши кав'ярні і сприявши розвитку «кавової культури». Згідно з деякими історичними джерелами, українець Ю. Кульчицький

¹ Викладачка, к. соц. н., соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

відкрив у Відні першу кав'ярню, долучившись до формування підвалин того, що потім назвали «кавовою культурою Відня» (Хотин, 2023). До кінця XVIII століття кав'ярні стали популярними місцями для інтелектуальних і політичних зустрічей та обміну культурними новинами майже по всій Європі, особливо у великих містах. Наприклад, дублінські кав'ярні були одночасно і бібліотеками, і центрами для любителів читання. Відомий американський соціолог Р. Ольденбург називає кав'ярні «третім місцем» поряд з пабами, бібліотеками, магазинами, клубами, – тобто частиною міського простору, яку не можна віднести до дому («першого місця») та місця роботи чи навчання («другого місця») (Oldenburg, 1989).

На сьогодні кав'ярні не тільки є «третім місцем», де людина відпочиває, зустрічається з друзями, а й місцем для продуктивної роботи. Дослідники виявили «ефект кав'ярні» («coffee house effect»), згідно з яким фонові звуки (приблизно 70 децибел), які характерні для багатьох кав'ярень, сприяють продуктивності. Цей шум забезпечує достатню стимуляцію мозку, щоб зосереджуватися, не відволікаючись (Chopra, n. d.). Крім того, комфортні умови (можливість перекусити та випити кави, доступ до розеток, зручних столів і безкоштовного Wi-Fi) сприяють зростанню кількості людей, які надають перевагу роботі в кав'ярнях замість дому.

Споживання кави, як правило, тісно пов'язане із соціальною поведінкою людей. Коли ми кличемо когось «попити каву», ми маємо на увазі соціальну взаємодію, а не сам акт вживання кави. У цьому контексті доречно згадати концепцію соціального капіталу Р. Патнема. Кав'ярні й спільне пиття кави створюють саме ті простори, де формується «зв'язувальний» (bonding) і «з'єднувальний» (bridging) соціальний капітал – через обмін думками, емоційну підтримку, короткі розмови з колегами чи навіть випадковими знайомими. Вживання кави може розглядатися як колективний ритуал, що тісно вплетений в індивідуальний розпорядок дня багатьох індивідів.

Кава може бути важливою частиною ідентичності. Наприклад, Кавовий культурний ландшафт Колумбії є одним із найяскравіших прикладів того, як економічна діяльність трансформується в форму культурної самоідентифікації. Для мешканців цього регіону кава стала не лише головним джерелом доходу, а й символом національної гордості, праці та стійкості. У 2011 році цей ландшафт було офіційно внесено до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (Coffee Cultural Landscape of Colombia, n. d.).

Кава часто виступає прикладом демонстративного споживання, коли процес і форма її вживання набувають символічного значення, виходячи за межі суто фізіологічної потреби. Відповідно до концепції Т. Веблена, кава стає не просто напоєм, а знаком соціальної відмінності. Вибір кави може виступати формою статусного сигналу. Наприклад, споживання кави з дорогих кав'ярень або рідкісних сортів зерен є символом належності до більш забезпеченого чи «просунутого» прошарку.

У контексті концепції культурного капіталу П. Бурдьє споживання кави можна розглядати як практику, яка репрезентує культурний смак. Кавові вподобання, уміння відрізнити арабіку від робусти, еспресо від фільтру,

розуміння етичних принципів «fair trade» чи «specialty coffee» – виступають формою демонстрації «гарного смаку», певної системи цінностей. Наприклад, обираючи каву з рослинним замість коров'ячого молока людина демонструє належність до практик етичного або екологічно свідомого споживання.

Кава традиційно сприймається як напій дорослих, символ входження у світ відповідальності, самостійності та соціальної зрілості. В дитинстві акт пиття кави часто має заборонений або обмежений характер, що лише підсилює його привабливість. Діти спостерігають, як дорослі п'ють каву і починають асоціювати цей ритуал із «дорослим» способом життя. Згідно з антропологом В. Тернером, перше вживання кави можна трактувати як обряд переходу, що символічно позначає зміну соціального статусу через ритуал. Таким чином, перша чашка кави може стати знаком соціальної зрілості й входження у спільноту дорослих (Sachan, 2021).

Кава є соціально прийнятним наркотиком, оскільки містить кофеїн – психоактивну речовину з стимулюючим впливом, надмірне споживання якої може призвести до проблем зі здоров'ям. Однак, на відміну, наприклад, від споживання марихуани, споживання кави толерується, стимулюється та заохочується. У ЗМІ та соціальних мережах реклама кави та кав'ярень зустрічається набагато частіше, ніж реклама алкоголю чи тютюну, яка підлягає суворому регулюванню. Наприклад, одна з найбільш популярних кав'ярень світу – Starbucks – станом на 2025 рік має понад 17,7 мільйонів підписників в Instagram і регулярно заохочує купувати певні кавові напої. У дослідженні ісландської науковиці М. Тордіс «Соціальний акт вживання кави» зазначено, що вживання кави можна розглядати як форму соціально прийнятної залежності. Процес навчання пиття кави має механізми, схожі до засвоєння інших психоактивних речовин. Люди поступово звикають до смаку, ефекту та символічного значення через спостереження, наслідування й участь у кавових ритуалах. Таким чином, споживання кави не сприймається як девіантна поведінка, а радше як частина соціально схваленої норми, що інтегрує індивіда в певну культурну та соціальну спільноту (Pórdís, 2022).

Стимулюючий ефект кави особливо цінний у стресових або екстремальних умовах, таких як військові конфлікти. Історично вона була присутня в пайках військових, починаючи з другої половини XIX століття. Під час Громадянської війни в США каву видавали солдатам як стратегічно важливий продукт. Під час Першої та Другої світових воєн кава, розчинна або у вигляді таблеток, забезпечувала не лише стимуляцію, а й підтримку бойового духу, ставши невід'ємною частиною повсякденного життя солдатів. Водночас, соціальна роль кави виходила за межі індивідуального вжитку. Наприкінці 1960-х у містах та селищах поблизу американських військових баз у США, Німеччині та Японії почали з'являтися маленькі кав'ярні GI (government issue), які стали простором неформального спілкування військових. Тут солдати могли відкрито говорити про свої проблеми, втому й розчарування без контролю начальства. З часом такі кав'ярні перетворилися на осередки антивоєнного руху (Пивоваров, & Жартовська, 2022).

В українському контексті повномасштабної війни кава також набула соціального виміру, який виходить за межі фізіологічного впливу. По-перше, кава стає символом соціальної солідарності та взаємопідтримки. Так, наприклад, практика «підвішеної кави для військових» дозволяє цивільним долучитися до підтримки армії у повсякденному житті (Кава для військових..., 2025; Низка столичних кав'ярень..., 2024).

По-друге, ветеранські кав'ярні можна розглядати як приклад ресоціалізації та соціальної інтеграції через економічну діяльність. Ветеранський бізнес не лише створює робочі місця, а й виконує інтегративну функцію, сприяючи поверненню військових до мирного життя та зміцненню соціальних зв'язків у громадах. Прикладом є відома кав'ярня «Veterano Coffee» та інші (Микитун, 2025).

По-третє, кава виконує утилітарну та символічну роль у самих військах. Вона допомагає боротися з недосипом, холодом і втомою, підтримуючи не лише фізичну, а й психологічну стійкість. Ритуал спільного пиття кави на фронті може набувати характеру колективної дії, що консолідує групу та створює ілюзію нормальності серед хаосу війни.

По-четверте, кава в умовах війни виконує функцію соціально прийняттого засобу підтримки працездатності, зменшення стресу та адаптації до екстремальної реальності. Як «легальний стимулятор», вона допомагає відновлювати концентрацію, долати наслідки хронічної втоми та недосипання. Незважаючи на руйнування інфраструктури, дефіцит ресурсів чи небезпеку обстрілів, багато кав'ярень продовжують функціонувати. У періоди масових відключень електроенергії такі кав'ярні нерідко виконують роль «пунктів незламності», забезпечуючи не лише каву, а й зарядні пристрої, тепло, зв'язок тощо. У цьому контексті споживання кави та функціонування кав'ярень можна розглядати крізь призму соціальної резильєнтності, тобто здатності спільнот відновлювати соціальні зв'язки, зберігати почуття спільності та відтворювати практики нормального життя попри кризові обставини.

Отже, кава виступає багатовимірним соціальним феноменом: вона є і стимулятором фізичної та психологічної працездатності, і маркером культурного та соціального статусу, й інструментом формування соціального капіталу та колективної ідентичності. В умовах війни її роль набуває додаткового значення від символу солідарності та підтримки військових до елементу соціальної резильєнтності, який допомагає спільнотам зберігати нормальність і взаємозв'язки в екстремальних обставинах. Таким чином, кава перестає бути лише напоєм і стає соціально значущим ресурсом, інтегруючи індивідів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балущинська, А., & Тобіасевич, Е. (2025). Кава як символ колоніалізму: соціальна історія кави як частина глобальних владних відносин і культурної дифузії. *Culturological Almanac*, 2, 346–357. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.2.42>

Гнатюк Катерина¹

Email: k.hnatiuk_fmtp_4_24_b_d@knute.edu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305879>

Молодь і успіх: зміна соціальних орієнтирів у період суспільних трансформацій

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Впродовж історії відбулося багато суспільних трансформацій, які й зараз продовжують модифікувати соціум. Воєнні події, економічні зміни, цифрова революція, глобальна мобільність (Морозов & Шуст, 2022), зміна на ринку праці (Шуст & Постой, 2025a; Шуст & Постой, 2025b) – все це є сьогоденням сучасного українського суспільства.

Крізь століття під впливом соціальних процесів формується світогляд та культура молоді різних часів, і варто зазначити, що ці уявлення є відмінними між кожним наступним поколінням. Зі зміною контексту відбувається переосмислення багатьох понять, і саме в такій постійній соціальній динаміці (Огюст Конт: соціологія як наука про суспільство, 2012) трансформації зазнає одне з ключових понять молодіжної культури – успіх. В умовах нових викликів, поняття «успіх» (Ярема, 2010) стає не лише показником статусу чи матеріального стану, а й набуває комплексного характеру, що дозволяє індивідуалізувати (Колот, 2014) це значення. Для молоді, яка має підвищені потреби в стимулюючих інноваційних методах, застосування штучного інтелекту відкриває нові можливості у досягненні успіху. Штучний інтелект дозволяє персоналізувати навчальний процес (Шуст, 2025) і значно розширювати потенціал розвитку молодих талантів.

Мета цієї роботи полягає у тому, щоб простежити, як суспільні трансформації впливають на формування та зміну уявлень молоді на успішність, проаналізувати ціннісні орієнтири даної соціально-демографічної групи та описати чинники, що конструюють молодіжну концепцію успішності у соціальному, професійному та особистісному вимірах.

Центральним поняттям цієї теми є соціальні орієнтири молоді на культуру успіху, за яким і визначаються зміни уявлень про успіх в період динамічних суспільних змін.

Для системного підходу до вивчення даного питання використовувались наступні методи дослідження: порівняльно-історичний, аналіз літератури та наукових публікацій, синтез теоретичних підходів та контент-аналіз.

Щоб висвітлити загальну картину бачення успіху крізь призму поглядів сучасної молоді, важливо окреслити ключові теоретичні підходи провідних соціологів. Саме такий аналіз створює необхідну концептуальну основу для розуміння передумов формування цінностей, соціальних ролей, статусів та орієнтирів особистості в умовах глобальних суспільних трансформацій.

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

Талкотт Парсонс, як класик теоретичної соціології, звертав увагу на поняття соціальної системи (Ніколаєнко, Ніколаєнко, & Яковенко, 2021), в якій ролі та статуси є ключовою функцією для інтеграції та стабільності суспільства. Так, за його ідеєю, соціальні ролі формують нормативні очікування: коли молодь входить в певний соціальний інститут, такий як освіта, робота, сім'я тощо, вона отримує певні ролі, виконання норм поведінки яких очікує суспільство. У контексті успіху це вказує на те, що досягнення успіху індивідом зумовлене не лише власним прагненням, а й соціальною структурою: рівень успішності прирівнюється до здатності молоді ефективно виконувати й узгоджувати свою діяльність з суспільно обумовленими ролями.

Соціологи також наголошували на важливості соціального контролю (Кондов, 2017), який вказує, що через статусно-рольову систему суспільство регулює поведінку, а індивіди, в свою чергу, прагнуть виправдати очікування суспільства, пов'язані з їхніми ролями, і таким чином, це формує образ успішності в соціальному контексті.

Отже, у період глобальних трансформацій соціальні ролі можуть набувати певних змін, що модифікує сприйняття молоддю значення поняття «успіх».

У той час як Парсонс акцентує увагу на нормативних очікуваннях суспільства через призму соціальних ролей індивіда, сучасні концепції дозволяють розглянути успіх з точки зору ресурсів та капіталів, що визначають соціальні позиції. Таку концепцію висвітлює відомий французький соціолог П'єр Бурдьє. Науковець дав ґрунтовну соціологічну інтерпретацію успіху через поняття капіталу. За його концепцією, крім економічного, існує ще культурний (знання, навички, освітні кваліфікації), соціальний (соціальна інтеграція, мережі знайомств) та символічний (престиж, репутація, соціальний вплив) капітали (Мороз, 2015). Саме їх поєднання дає можливість індивіду конструювати свій успіх: не лише здобути матеріальне благополуччя, а й закріпити свій статус через престиж і визнання в суспільстві.

Бурдьє також вводить ідею гегемонії капіталу (Пурій, 2017), що означає домінування певних видів капіталу в соціальних полях (наприклад, економічному, політичному, освітньому, тощо) і регуляцію правил, за якими й визначається цінність ресурсів та позицій індивіда.

Таким чином, впродовж змін молодь переосмислює власне бачення успіху й орієнтується не просто на матеріальні ресурси, а й на можливість перспективного застосування соціальних та культурних ресурсів, що визначає її «успішність» у власній соціальній грі.

Розглянувши концепцію капіталів П'єра Бурдьє можна простежити вплив соціальних трансформацій на можливості молоді. В контексті глобалізації, соціальної мобільності та цифрової революції важливо зацентрувати увагу на зміни соціальних полів, у яких молодь конструює свій соціальний капітал. Завдяки розвитку цифрових технологій з'являються соціальні мережі, онлайн-групи, спільноти, що стають новими каналами соціалізації індивіда – простором, у якому можна примножити свій

соціальний капітал. Трансформації зазнає і культурний капітал. У сучасному світі все більшої популярності набирають освітні кваліфікації, гнучкі навички і цифрова грамотність, які стають дедалі ціннішими у глобальному контексті.

Тому, уявлення молоді про успіх можуть зміщуватись до так званих «гнучких стратегій», заснованих на динаміці соціальних зв'язків.

Щоб конкретизувати ці тенденції та простежити зміну ціннісних орієнтирів молоді, необхідно звернутись до статистичних даних, що висвітлюють трансформацію поглядів та пріоритетів різних поколінь.

Так, згідно з даними дослідження «Цінності української молоді» (Центр незалежних соціологічних досліджень «Омега», 2016), одним з найвищих пріоритетів є сім'я – її важливість для молоді віком 14-35 років складає 81% відповідей респондентів. Водночас, у цих же дослідженнях простежується тенденція розвитку значущості цінностей, пов'язаних з самореалізацією – молодь стає більш орієнтованою на особистісний розвиток та незалежність у своїх діях. Таким чином, молодь демонструє високий рівень особистісної автономії та прагнення до самостійності. Проте, з кожним роком спостерігається відмінність у пріоритетах і способах моделювання успіху. За даними звіту ООН-ПРООН «Perspectives of Youth in Ukraine» (UNDP, 2024), стає відомо, що молодь дедалі більше зосереджується на сучасних цінностях, прагненні до суспільного визнання та активній участі у громадському житті. Це свідчить про певну модифікацію поглядів щодо успіху та адаптування стратегій його досягнення.

Отже, під впливом соціальних трансформацій, глобалізації та цифрової революції, сучасна молодь формує індивідуальне значення успіху. Поряд з матеріальними ресурсами, цінності все більше набувають соціальні зв'язки, культурний капітал та самостійність у власних діях, що й адаптує стратегії досягнень до соціальної динаміки сучасного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Колот, А. (2014). Індивідуалізація особистості та формування індивідуалізованого суспільства як феномени сучасності: наслідки та уроки. *Теоретичні дослідження*, 2. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. <https://files.core.ac.uk/download/pdf/32615157.pdf>
2. Кондов, К. В. (2017). Концепція соціального контролю в теорії соціальних систем Талкотта Парсонса. *Український соціум*, 3(62), 9-19. <https://doi.org/10.15407/socium2017.03.009>
3. Мороз, Є. О. (2015). Теоретико-методологічні засади концепції культурної репродукції П. Бурдьє: можливості використання на сучасному етапі розвитку соціологічної теорії. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, 1(26). <https://files.core.ac.uk/download/pdf/229855618.pdf>
4. Морозов, А. Ю., & Шуст, Н. Б. (2022). Становлення інформаційного суспільства в Україні: виклики та перспективи. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*, 41(7-9), 26-37. https://journal-discourse.com/files/pdf/OD-41_7-9_-2022.pdf#page=26
5. Ніколаєнко, В. Л., Ніколаєнко, Л. Г., & Яковенко, Ю. І. (2021). *Соціологіка мислення Талкотта Парсонса* [Монографія; за ред. Н. І. Соболевої]. ПП «ПФ «Фоліант».
6. «Огюст Конт: соціологія як наука про суспільство. Реферат». (2012, 30 травня). *Освіта.UA*. <https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/30079/>

7. Пурій, М. Р. (2017). *Гегемонія в теорії і практиці міжнародних відносин* (дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук). https://shron1.chtyvo.org.ua/Purii_Mariia/Hehemoniia_v_teorii_i_praktytsi_mizhnarodnykh_vidnosyn.pdf?PHPSESSID=ugu7ehpq59636clddk32is6tf2
8. Центр незалежних соціологічних досліджень «Омега». (2016). *Цінності української молоді – 2016*. Міністерство молоді та спорту України. https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/Sociologichni_doslidzhennia/zvit-doslidjennya-2016.pdf
9. Шуст, Н. (2025). Штучний інтелект в освіті в умовах сучасного суспільства. У *Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє: тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., 17 квіт. 2025, Київ* (с. 289-292). Держ. торг.-екон. ун-т. <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a5bb35f7-e0ee-4c83-9878-05b55f2391b1/content>
10. Шуст, Н., & Постой, О. (2025a). Особливості рекрутингу щодо формування людського капіталу в Україні. *Успіхи і досягнення у науці*, 5(15), 1384-1395. [http://dx.doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5\(15\)-1384-1395](http://dx.doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5(15)-1384-1395)
11. Шуст, Н., & Постой, О. (2025b). Особливості формування та розвитку інформаційних технологій рекрутингу в умовах інформаційного суспільства. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 107, 98-104. <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2025.107.10>
12. United Nations Development Programme (UNDP). (2024, 2 грудня). *Impact of war on Youth in Ukraine – 2024*. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-08/youth-report_o.pdf
13. Ярема, А. І. (2010). Феномен успіху в соціологічному вимірі. *Вісник Львів. ун-ту. Серія Соціол.*, 4, 92-99. <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/sociology/article/viewFile/1701/1761>

Сидорук Олена¹

Email: lenasydoruk4@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305900>

Соціальні аспекти управління кафедрою

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Соціальні аспекти управління кафедрою в умовах інформаційного суспільства включають трансформацію ролей викладачів та студентів, необхідність формування нової інформаційної культури, зміни в адаптації до нових технологій та врахування глобальних освітніх процесів (Шуст, 2025). Ключовими завданнями є забезпечення рівного доступу до інформації, розвиток цифрової грамотності, створення ефективних комунікаційних платформ та адаптація до змін у професійній сфері (Шуст, 2019), що вимагає гнучкості й інноваційних підходів до управління.

Сучасне управління кафедрою виходить за межі суто адміністративних завдань і набуває виразного соціально орієнтованого характеру. Успішність керівника безпосередньо пов'язана зі здатністю вирішувати внутрішні проблеми колективу, створювати сприятливі умови праці та оптимізувати управлінські процеси через призму соціального менеджменту. Актуальність дослідження підтверджується національними пріоритетами, визначеними у «Стратегії розвитку вищої освіти в Україні» на 2022-2032 роки (Шаров, 2024).

Місія вищої освіти зосереджується на формуванні якісного людського капіталу (Шуст, 2025) та згуртуванні суспільства. Досягнення вказаних цілей неможливе без ефективної внутрішньої роботи на рівні структурних одиниць закладу вищої освіти (ЗВО). Дослідження управлінських аспектів традиційно привертає увагу різних наукових дисциплін, що відображено в тематиках студентських наукових конференцій (Гончаренко, 2023).

Соціальне управління кафедрою є механізмом компенсації дефіциту ресурсів, що позначається на недостатньому прояві соціальної відповідальності з боку закладів (Архів студентських конференцій ЧНУ, б. д.). Лояльність працівників та їх залученість до освітнього процесу забезпечуються за рахунок нематеріальних факторів, особливо сприятливого соціального клімату. Візія вищої освіти передбачає, що система повинна бути конкурентоспроможною та соціально відповідальною, а функціонувати вона має на принципах академічної свободи, доброчесності та інклюзивності (Архів студентських конференцій ЧНУ, б. д.). Вказана орієнтація вимагає від керівництва кафедри прийняття функціонального, етичного підходів до взаємодії з персоналом.

Міністерство освіти і науки України визначило конкретні операційні цілі, що стосуються кадрового складу, які мають безпосередній соціальний вимір. Серед основних завдань – підвищення соціального статусу професора

¹ Студентка бакалаврату, управління бізнесом, Державний торговельно-економічний університет

та забезпечення перспектив професійного розвитку працівників ЗВО (Романовська, 2022). Досягнення вказаних цілей вимагає цілеспрямованої роботи з колективом, у тому числі створення умов для безперервного навчання та просування етичних принципів (Романовська, 2022). Заходи компенсують проблему неефективного управління та використання ресурсів.

Соціально-психологічний клімат колективу є ключовим індикатором ефективності управлінської діяльності. Клімат відображає характер взаємин між людьми і пов'язаний зі стилем і рівнем управління. Позитивний клімат підвищує продуктивність та задоволеність працівників, тоді як негативний клімат призводить до конфліктів і стресу. Оптимізація управління вимагає перенесення фокусу із контролю на розвиток міжособистісних відносин. Атмосфера, де соціально-психологічні зв'язки людей ґрунтуються на емоційній близькості, є прямою протидією інституційній недостатності ресурсів та необхідною умовою для стійкості колективу.

Оптимізація управління неможлива без уваги до балансу роботи й особистого життя (WLB) (Kotini et al., 2021; Kravchuk et al., 2023; Tkalych, 2018), що є дедалі більшим викликом через зростання робочого навантаження та очікування постійної доступності (Стратегічна піраміда розвитку вищої освіти..., б. д.). Розповсюдження дистанційної та гібридної зайнятості в Україні поглибило проблеми WLB на організаційному та індивідуальному рівнях (Шаров, 2024). Відсутність балансу призводить до професійного вигорання, зниження задоволеності роботою, абсентеїзму та плинності кадрів (Шуст, 2025). WLB на кафедрі варто розглядати як засіб управління ризиками, пов'язаними зі зниженням продуктивності. Інклюзивні рішення включають інституційне встановлення меж гнучкості, перерозподіл робочого навантаження та підтримку психічного здоров'я (Стратегічна піраміда розвитку вищої освіти..., б. д.). Включення концепції WLB до кадрової стратегії кафедри є необхідним (Шуст, 2025). Перегляд метрик продуктивності та забезпечення гнучких робочих умов, у тому числі гнучкий графік проведення занять, є прямим управлінським інструментом, що підвищує стійкість колективу (Шуст & Постой, 2025a).

Ефективне управління передбачає здатність керівника нейтралізувати конфлікти до того, як вони переростуть у деструктивні форми. Перший важливий крок – дозволити працівникам висловити свої почуття (образу чи гнів) (Шуст, Постой, 2025b). Наступний етап передбачає знаходження спільних точок дотику, які можуть стосуватися кінцевої мети чи процедури, для конструктивного вирішення питань. Сучасні умови вимагають посилення соціального управління, і дані соціологічних досліджень висвітлюють конкретні виклики. Наприклад, дослідження, проведене серед практичних психологів та соціальних педагогів закладів освіти Чернівецької області (Шуст, 2019), дозволило сформулювати рейтинговий список психологічних запитів учасників освітнього процесу, серед яких домінували «емоційні порушення (напруга, тривога, страх, гнів, агресія), втома і виснаження», а також потреба у відновленні почуття контролю (Шуст, 2019). Керівник кафедри повинен розуміти ці сучасні психологічні запити колективу та

застосовувати відповідні алгоритми кризового втручання, що включають нормалізацію стану тіла (тілесно-орієнтовані та дихальні практики) та психоедукацію методам самодопомоги. Академічному персоналу життєво необхідна цільова підтримка психічного здоров'я. Гендерно-специфічні інтервенції передбачають підтримку жінок в управлінні WLB та пріоритет гнучких робочих графіків для запобігання вигоранню (Lantsoght, 2025; Tsybuliak et al., 2024).

Соціальні аспекти управління кафедрою є важливими для реалізації стратегічних цілей вищої освіти, особливо в умовах структурних трансформацій та зовнішніх кризових факторів. Так, оптимізація управління кафедрою вимагає інтеграції стратегічного планування, що визначене Міністерством освіти і науки України, якісної роботи з персоналом та професійної психологічної підтримки. Управлінська діяльність має ґрунтуватися на принципах академічної свободи, доброчесності та інклюзивності, забезпечуючи умови для професійного розвитку працівників. Керівник кафедри повинен виступати соціальним лідером, який забезпечує інституційне встановлення меж гнучкості та підтримує ментальне здоров'я спільноти. Відповідно крок від керівника вимагає заміни культурних норм, що ототожнюють надмірну роботу з надійністю, на культуру догляду та сталості.

Подальші управлінські практики та дослідження мають фокусуватися на розробці стратегій для університетів і політиків, які сприятимуть сталому академічному середовищу, узгодженому з принципами соціальної справедливості.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Архів студентських конференцій ЧНУ*. (б. д.). Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. <https://surl.lt/gglvwm>
2. Гончаренко, К. (2023) Як впоратись із конфліктом у колективі: 5 важливих кроків керівника. *Budni Robota.ua*. <https://surl.li/nywkml>
3. Романовська, Д. Д. (2022). Психологічна допомога у закладах освіти в період війни: запити, методики, алгоритми дій. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 1, 148–152.
4. *Стратегічна піраміда розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки*. (б. д.). МОН. <https://surl.li/oaorup>
5. Шаров, О. (2024). *Стратегія розвитку вищої освіти України на 2022–2032 роки: проект Операційного плану на 2025–2028 роки*. МОН. <https://surl.li/qzconf>
6. Шуст, Н. (2025). Штучний інтелект в освіті в умовах сучасного суспільства. У *Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє: тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., 17 квіт. 2025, Київ* (с. 289-292). Держ. торг.-екон. ун-т. <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a5bb35f7-e0ee-4c83-9878-05b55f2391b1/content>
7. Шуст, Н., & Постой, О. (2025a). Особливості рекрутингу щодо формування людського капіталу в Україні. *Успіхи і досягнення у науці*, 5(15), 1384-1395. [http://dx.doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5\(15\)-1384-1395](http://dx.doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5(15)-1384-1395)
8. Шуст, Н., & Постой, О. (2025b). Особливості формування та розвитку інформаційних технологій рекрутингу в умовах інформаційного суспільства. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 107, 98-104. <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2025.107.10>

9. Шуст, Н. Б. (2019). Правове регулювання відкритих освітніх ресурсів як об'єкта цивільних правовідносин. У *Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції «Юриспруденція в сучасному інформаційному просторі» (Т. 2), 1 бер. 2019, Київ* (с. 164–165). Вектор.
10. Lantsoght, E. O. L. (2025). *Improving work–life balance in academia after COVID-19 using inclusive practices*. *Societies*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/soc15080220>
11. Kotini, P., Man, B., Pobee, R., & Hirshfield, L. (2021). *Work–life balance and productivity among academic faculty during the COVID-19 pandemic: A latent class analysis*. *Journal of Women's Health*, 31(1). <https://surl.li/ksfvxd>
12. Kravchuk, O., Varis, I., & Khodakivska, A. (2023). Work-life balance programs in the organization. *Pryazovskyi Economic Herald*. <https://surl.lu/gwkdpw>
13. Tsybuliak, N., Kolomiiets, U., Lopatina, H., Popova, A., & Suchikova, Y. (2024). Anxiety among Ukrainian academic staff during wartime. *Scientific Reports*, 14(7). <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11543846/>
14. Tkalych, M. (2018). Work-life balance of personnel in Ukrainian organizations: Background and context. *Stiinte ale Educatiei*, 9, 194–199. <https://surl.lu/yyerzs>

Захарченко Анна¹

E-mail:

a.zakharchenko_femp_11_24_b_d@knute.edu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305920>

Соціальні аспекти управління бізнесом

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Сучасне суспільство характеризується стрімким розвитком економічних процесів, де бізнес виконує не лише економічну, а й соціальну функцію. Управління бізнесом у XXI столітті неможливо розглядати поза контекстом соціальної відповідальності, адже саме вона формує сталі відносини між підприємством, працівниками, державою та громадою. Соціальні аспекти управління стають основою довготривалої стабільності та репутаційної надійності компаній.

У центрі соціально відповідального управління перебуває людина. Орієнтація на розвиток людського потенціалу (Шуст & Постой, 2025a) вимагає створення умов для професійного зростання, підтримки здорового мікроклімату в колективі, забезпечення рівних можливостей та дотримання етичних стандартів. Практика показує, що підприємства, які «інвестують у розвиток персоналу, досягають вищих показників продуктивності» та мають нижчий рівень плинності кадрів (Шуст & Постой, 2025a). Важливою складовою соціальних аспектів управління є партнерство між бізнесом і громадою. Соціально відповідальні компанії активно беруть участь у вирішенні локальних проблем, підтримують соціальні ініціативи, освітні програми, екологічні та благодійні проекти. Така діяльність формує позитивний імідж бренду, підвищує рівень довіри споживачів і зміцнює позиції бізнесу на ринку. Саме через партнерство із суспільством формується сучасна модель взаємовідповідальності бізнесу й держави.

Зростання ролі цифрових технологій зумовлює появу нових соціальних викликів. В умовах цифрової трансформації (Шуст & Постой, 2025b) особливого значення набувають питання захисту персональних даних, цифрової етики та прозорості управління. Компанії мають дбати не лише про власну ефективність, а й про етичне використання технологій, забезпечуючи справедливий доступ до цифрових можливостей і захист прав користувачів.

Суттєве місце в соціальних аспектах управління бізнесом займає екологічна відповідальність. Сьогодні підприємства зосереджують увагу на впровадженні енергоефективних технологій, зниженні викидів, повторному використанні ресурсів та скороченні відходів. Екологічно свідомий підхід до управління не лише сприяє збереженню довкілля, а й формує довіру з боку інвесторів і партнерів, для яких сталість бізнесу є показником його надійності.

¹ Студентка бакалаврату, менеджмент управління бізнесу, Державний торгово-економічний університет

Отже, соціальні аспекти управління бізнесом є важливим інструментом досягнення балансу між економічними цілями та суспільними потребами. Вони сприяють створенню сталих систем взаємодії, де бізнес виступає не лише як виробник товарів і послуг, а й як активний учасник соціального розвитку. Формування соціально-орієнтованої моделі управління є запорукою довготривалого успіху, репутаційної стійкості та гармонійного розвитку як підприємств, так і суспільства в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шуст, Н., & Постой, О. (2025a). Особливості рекрутингу щодо формування людського капіталу в Україні. *Успіхи і досягнення у науці*, 5(15), 1384-1395.
[http://dx.doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5\(15\)-1384-1395](http://dx.doi.org/10.52058/3041-1254-2025-5(15)-1384-1395)
2. Шуст, Н., & Постой, О. (2025b). Особливості формування та розвитку інформаційних технологій рекрутингу в умовах інформаційного суспільства. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 107, 98-104.
<https://doi.org/10.32782/2707-9147.2025.107.10>

СЕКЦІЯ 3: ДИНАМІКА СУЧАСНИХ СУСПІЛЬНИХ ЗМІН: СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ

Фіщук Анастасія¹

Email: nastkafishchuk@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305938>

Образ жінки в рекламі українських брендів одягу

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

В сучасному світі реклама продає не лише продукт чи послугу, а й стиль життя і формує певні погляди та цінності у масовій свідомості. Саме тому важливо розуміти, що саме бренди намагаються «продати» своїм клієнтам. Особливу увагу варто приділити рекламі брендів одягу, адже через неї транслуються певні образи жінок та чоловіків, що може сприяти формуванню світогляду як клієнтів, так і ширшої аудиторії. Попит на брендовий одяг стрімко зростає, а разом із ним збільшується й обсяг споживачів такої реклами. У період трансформацій українського суспільства спостерігаються зміни в уявленнях про соціальні ролі жінок та чоловіків, поступовий перегляд традиційних гендерних стереотипів. У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз того, як сучасні бренди відображають образ жінки у своїх комунікаційних стратегіях та рекламних кампаніях. Важливо з'ясувати, чи враховують бренди ці суспільні зміни у своїх підходах та наскільки вони відображають й конструюють нове бачення гендерних ролей.

Одним із ключових інструментів, через який реклама встановлює уявлення про жінку, є система соціальних стереотипів. Ця система є основою колективного світогляду людини, яка забезпечує людині відчуття стабільності й «нормальності». Стереотипи відображають культурні норми, звички та цінності, засвоєні у процесі соціалізації, тому апелюючи до «знайомих уявлень», реклама викликає довіру й емоційний відгук споживачів. Саме через це можна спостерігати в рекламах транслювання традиційних гендерних образів: ніжна, елегантна або сексуально приваблива жінка розкодовуються суспільством як щось «природне й очікуване». Проте такі трансльовані образи не є нейтральними: вони підтримують певну соціальну структуру й «усталений світогляд суспільства». Відмова або зміна усталених стереотипів відчувається як позбуття від захищеності, оскільки доведеться вийти за межі звичного та передбачуваного. Водночас, коли людина зіштовхується із ситуацією, що суперечить її очікуванням, вона або відкидає її як «виняток із правила», або ж готова змінити свої погляди на користь нового, більш вражаючого образу (Lippmann, 1922). Саме це й може використовувати реклама: маючи вплив на свідомість, вона здатна не лише підтримувати старі

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

норми, а й поступово коригувати їх, пропонуючи нові орієнтири того, якою є сучасна жінка.

Як вже було сказано раніше, реклама продає не лише товар чи послугу, а й транслює різні типи суспільних відносин, зокрема взаємини між представниками різних гендерів. Створюючи рекламу, бренд не просто каже споживачеві: «Ось наша товарна пропозиція», — а й показує, хто має використовувати цей товар, яким чином, який статус у суспільстві матиме людина, що його придбає, і як це впливатиме на її успіх. Реклама пропонує купити не стільки продукт, скільки образ, стиль життя, імідж та становище. Отже, вона виконує не лише функцію представлення товару, а й здатна створювати, коригувати та поширювати в маси певні цінності: соціальні, моральні та гендерні. Таким чином реклама встановлює розуміння того, що є загальноприйнятим і «нормальним» щодо гендерних ролей: як людина має поводити себе відповідно до свого гендеру, які дії є прийнятними для чоловіків та жінок, а що — неприпустимим. У результаті, проникаючи в усі сфери життя, реклама стає потужним ідеологічним конструктором, який не просто відображає, а активно формує та закріплює у свідомості мільйонів людей уявлення про «правильну» поведінку чоловіків та жінок (Бучинська, 2018).

Гендерні стереотипи є одними з найбільш поширених видів стереотипів, що використовуються у рекламі. Суспільство розвивається, стереотипи змінюються разом із ним, оскільки моральні установки, що були актуальними століття тому, сьогодні втрачають свою релевантність. Яскравим прикладом такої трансформації є підбори. Спочатку вони активно використовувались чоловіками для верхової їзди та були символом «мужності», а згодом й «статусності» вищого класу — королі Людовік XIV та Карл II були прихильниками такого взуття, що підкреслювало їхню владу. Згодом підбори почали носити і жінки, запозичуючи елементи «чоловічого» вбрання, а сьогодні вони є символом «жіночої сексуальності та привабливості» (Кремер, 2013).

Більшість рекламних кампаній визначили для себе основну цільову аудиторію — жінок. За словами докторки економічних наук Любові Жарової, це пов'язано з тим, що жінки є вразливою категорією в патріархальному суспільстві, і саме тому їм легше «нав'язати» послугу чи продукт через переконання в необхідності постійно самовдосконалюватись (Требунських, 2024). Щоб щось продати, необхідно окреслити проблему, яку вирішує товар, а в крайньому разі — просто її «вигадати». Саме так розвинулась кампанія жіночих лез для гоління. Бренд Gillette, що продає станки для гоління, довгий час був суто «чоловічим», але в 1970-х роках компанія вирішила розширити свою аудиторію. Залякуванням у стилі «якщо не хочеш бути самотньою, твоє тіло має бути гладким» бренд залучав жінок до лав споживачів. У просуванні жіночих бритв допомогла й Друга світова війна: оскільки нейлон та шовк використовували для виготовлення парашутів, тканина для жіночих панчох стала напівпрозорою, що, у свою чергу, не приховувало волосся на ногах. Ця

рекламна кампанія є яскравим прикладом того, як жінкам, по суті, продають «впевненість у собі» (Лукашевська, 2020).

Для передачі гендерних стереотипів реклама використовує різні засоби, серед яких важливе місце посідає візуальне зображення. Жінки та чоловіки зазвичай зображуються відповідно до встановлених в суспільстві традиційних ролей та очікувань. Таким чином, ми можемо спостерігати в рекламних кампаніях чоловіків, які зображені в домінуючих позах, що відображають їхні «силу та авторитет». В той же час, використовується зображення жінок з акцентом на їхню зовнішність та привабливість, у підпорядкованих позах. Також не рідко ті, хто відповідає за створення реклами, вдаються до сексуалізації та об'єктивації образів (Лазаренко, 2023).

Об'єктивація образу жінок в рекламі найчастіше характеризується двома прийомами: функціонально невиправданим зображенням оголеного тіла та використанням неприродних поз із сексуальним підтекстом. Яскравим прикладом першого підходу є рекламна кампанія українського бренду одягу Gasanova, а саме просування товару «спідниця-шорти з камінням Paris» (Gasanova, 2025). Об'єктом реклами є спідниця, але візуальний фокус зміщений та майже оголений торс моделі. Такий прийом спрямований на привернення уваги до зображення, однак досягається це через об'єктивацію жіночого тіла, що використовується як засіб для просування товару. Інший підхід – еротизовані пози – активно використовує інший український бренд Top Dog (Top Dog, 2025). У своїх рекламних матеріалах цей бренд часто зображає моделі у неприродних позах, які ніяк не стосуються спорту та не демонструють функціональність товару, а натомість акцентують увагу на їхній сексуальності. В таких кампаніях товар відходить на другий план, а жінка перетворюється на об'єкт споглядання. Обидва підходи ілюструють процес, який Е. Фром називав «уречевленням» – ставлення до людини як до речі, що позбавляє її індивідуальності та суб'єктності.

Ще один поширений образ жінки в рекламах, який, зокрема, культивує бренд Bevza – класична жіночність: витонченість, елегантність та стриманна чуттєвість. Ця позиція чітко озвучена в офіційній місії бренду, де зазначено прагнення «інтегрувати українську символіку в повсякденний гардероб усього світу, підкреслюючи природну красу жінки». Така філософія активно візуалізується в рекламних кампаніях бренду. Для трансляції образу «жіночої елегантності» Bevza використовує мінімалістичні силуети, що фокусують увагу не на провокації, а на якості та витонченості дизайну, монохромну палітру, яка створює відчуття позачасової класики. На відміну від відвертої сексуалізації, чуттєвість у рекламі бренду передається через делікатні акценти, такі як тонкі бретелі та приталений силует. Моделі зображені в статичних позах, що акцентує увагу на одязі, а не на жінках.

Третій підхід, найбільш прогресивний, що полягає у свідомій деконструкції традиційної фемінності, прослідковується у рекламних кампаніях бренду Sleeper. Моделі в рекламах зображені розслабленими та природними. Пози природні: жінки сидять, сміються, взаємодіють в групах одна з одною, немає неприродно вигнутих поз. Сама концепція одягу

транслює свободу від незручного і «фешенебельного» одягу. Sleeper інколи використовує композиції за участю жінок та чоловіків, що можуть, на перший погляд, виглядати традиційними (жінка стоїть, а чоловік сидить; жінка стоїть за чоловіком), проте погляд жінок спрямований на глядача, а не на чоловіка в той момент як він дивиться вбік. Це робить її активним суб'єктом, а його більш пасивним. Сцена більше не про «домінантність», а про довіру та партнерство (Sleeper, 2025).

Контраст та різноманіття жіночих образів в рекламах брендів одягу є відображенням ідеологічної боротьби та фрагментації сучасного українського суспільства, коли старі патріархальні норми та встановлені уявлення про «жіночність» зіштовхуються з новими феміністичними наративами. Досі є багато українських брендів, що продовжують експлуатувати образ жінки як об'єкта сексуальності, на чому побудований, до прикладу, бренд Top Dog та інколи використовує бренд Gasanova. Такі бренди орієнтуються на аудиторію, що не готова до переосмислення жіночності. Є бренди, що відмовляються від відвертої сексуалізації образу жінок та пропонують «компромісну» ідею щодо традиційної жіночності: елегантність, витонченість та тендітність, як це робить Bevza. Проте вже є бренди, що активно підтримують цінності егалітарності та переосмислюють «жіночність» як таку. Бренди на кшталт Sleeper просувають в суспільство ідеї гендерної нейтральності, надання переваги комфорту, природності та свободи від гендерних стереотипів.

Таким чином, наразі український рекламний простір, як і суспільство, перебуває у стані трансформації. Відбувається перехід від встановлених традиційних образів та уявлень про фемінність до нового ідеалу, продиктованого феміністичними рухами та сучасною гендерною політикою – гендерна нейтральність, природність та звільнення від стереотипів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бучинська, О. (2018). Гендерні образи сучасної реклами. *Маркетинг в Україні*, (4), 37–41.
2. Кремер. (2013, January 27). Чому чоловіки перестали носити підбори? *BBC Ukrainian. Життя*. Retrieved from https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/01/130127_men_heels_oz
3. Лазаренко, Б. (2023). *Дослідження використання гендерних стереотипів у рекламі*. Дніпро: ФСЗМК.
4. Лукашевська. (2020, December 16). Як Gillette заманювали клієнтів: неочікувані факти про відомий бренд. *24 Канал*. Retrieved from https://24tv.ua/yak-gillette-zamanyuvali-kliientiv-neochikuvani-fakti-novini-dnya_n1487962
5. Требунських, І. (2024, November 29). (Не)ідеальна: як одні просувають гендерні стереотипи в рекламі, а інші від них відмовляються. *Гречка. Ексклюзив*. Retrieved from <https://gre4ka.info/statti/neidealna-yak-odni-prosuvayut-genderni-stereotypy-v-reklami-a-inshi-vid-nyh-vidmovlyayutsya/>
6. Bevza. (2025). *About*. Retrieved from <https://bevza.com/pages/about>
7. Gasanova. (2025). *Oversized tuxedo blazer*. Retrieved from https://gasanova.ua/uk/products/oversized-tuxedo-blazer-copy?srsId=AfmBOopN65PaQwWDDF-isZWjud5fOJcsbeCqkUA_nYeTz5iw3zwJNCsa
8. Lippmann, W. (1965). *Public opinion* (Original work published 1922). Retrieved from

https://attfinnasanningen.se/dokument_offentligt/documents/media/brainwashing_mindcontrol_mkultra/public%20opinion%20-%20walter%20lippmann.pdf

9. The Sleeper. (2025). *Pastelle oversized shirt in dove blue*. Retrieved from <https://ua.the-sleeper.com/products/pastelle-oversized-shirt-in-dove-blue>

10. Topdog_ua. (2025). *Instagram profile*. Retrieved from https://www.instagram.com/topdog_ua/

Герасимчук Тетяна¹

Email: tetiana.herasimchuk@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305960>

Гендерні стереотипи у найкасовішому українському художньому фільмі 2025 року

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Кіноіндустрія сьогодні є невід'ємною частиною буденного життя: чи це перегляд фільму для проведення сімейного вечора, чи аналіз документальної стрічки для навчання. Фільми формують наше світосприйняття та закріплюють норми моралі та суспільного устрою. Неймовірно важливо мати критичне мислення, щодо інформації, яку сприймає окрема людина, особливо у сфері культури.

Аналізи гендерних повідомлень, які поширюють фільми є дуже актуальною темою для досліджень, оскільки зараз відбувається становлення нових феміністичних, толерантних суспільних норм. Важливо, щоб культурний продукт уособлював ці оновлені погляди. Також зараз активно розвивається український кінематограф, відповідно збільшується кількість культурного продукту. На жаль, часто збільшення кількості кінострічок не відповідає покращення їхньої якості.

Перед початком аналізу я ознайомила з теоріями, які лежать в межах гендерної соціолінгвістики, зокрема тест Бекдел, згідно з яким у фільмі має бути дві жінки, які мають імена та розмовляють між собою про щось крім чоловіка (Bouchat, 2019: р. 1-11). Інша праця, яку я обрала для огляду це «Gender advertisement» Гофмана, де автор розробляє теорію Function ranking (Goffman, 1979: р. 32-37). Згідно з нею чоловік зазвичай зображується як лідер чи начальник, а жінка – як підлегла.

Для аналізу я вирішила обрати найкасовіший український фільм 2025 року, оскільки це кінострічка, яку переглянуло найбільше людей у кінотеатрах і відповідно найбільше людей змогли ознайомитися з цінностями та ідеями які пропагує даний фільм. Оскільки цей рік ще не закінчився, то було обрано фільм, який зібрав найбільше грошей у кінотеатрі на момент початку листопаду 2025 року. Найкасовішим фільмом за даними сайту Dzyga MDB (Dzyga MDB, 2025) у цьому місяці була «Антарктида» режисера Антона Птушкіна (дата прем'єри 04.09.2025, зі зборами сумою у 75 млн. грн), проте ця стрічка є документальною, тому за нею не можна оцінювати гендерну репрезентацію. Друге місце посіла стрічка, яка й була обрана для аналізу, а саме – «Потяг у 31 грудня» режисера Олега Борщевського (дата прем'єри 01.01.2025, зі зборами сумою у 52 млн. грн.). Інші фільми, які зібрали багато у касових зборах: «Коли ти вийдеш заміж» режисера Олексія Комаровського (дата прем'єри 23.01.2025, зі зборами у 40 млн. грн.), «Песики» режисера

¹ Студентка бакалаврської освітньої програми «Комунікації та управління культурними індустріями», факультет соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Олексія Єсакова (дата прем'єри 27.02.2025, зі зборами у 32 млн. грн.) та «Відпустка наосліп» режисера Валерія Фадєєва (дата прем'єри 13.03.2025, зі зборами у 18 млн. грн.).

Я вважаю, що оскільки фільм розрахований на масову аудиторію, то у кінострічці буде зображено багато стереотипів. Зокрема, що частіше фліртують чоловіки, жартують чоловіки, але ініціюють суперечки жінки, через їхній «істеричний характер». Серед тем розмов популярна думка, що про сім'ю та романтичні стосунки частіше говорять жінки, про відпочинок – чоловіки, жінки частіше просять чогось чоловіків, бо вони «ніжні» та «безпорадні», про роботу говорять чоловіки, про життя, мрії, страхи, бажання інших – жінки, а про свої – чоловіки. Також вважається, що жінки частіше говорять між собою про здоров'я, зокрема про здоров'я чоловіків. Про гроші, говорять більше чоловіки, але жінки також говорять про гроші, як про річ, яку вони хочуть отримати від чоловіка.

Я аналізувала діалоги за участю двох людей, між двома жінками, між чоловіком та жінкою, та між двома чоловіками. Якщо у сцені було присутньо більше ніж дві людини, я цю розмову в аналіз не враховувала. Аналіз саме діалогів, а не полілогів спрощує інтерпретацію та сприяє чіткішим результатам.

Я виявила в певних діалогах емоційне забарвлення, таке як: флірт чи комплімент, жарт, суперечка чи висловлення незадоволення та дружнє ставлення. Серед тем розмов я виділила розмови про романтичні та родинні стосунки, про подорожі та відпочинок, про інших людей, зокрема про іншу жінку чи чоловіка, висловлення прохання чи надання послуги, про роботу, про мрії, страхи, бажання та плани на життя, про здоров'я, про базові потреби, зокрема про їжу, порожні розмови, чи просто розмови які не мають певної теми (розмови ні про що), та розмови про матеріальні теми, наприклад, гроші.

Після проведення аналізу виявилось, що у фільмі «Потягу 31 грудня» немає жодної сцени, де дві жінки розмовляють між собою без участі чоловіка. Відповідно фільм «Потяг у 31 грудня» не проходить тест Бекдел. Згідно з ним у фільмі має бути дві жінки, які мають імена і розмовляють на будь-яку тему, окрім чоловіків (Bouchat, 2019).

У розмовах між чоловіком та жінкою (Таблиця 1) було більше діалогів, де чоловік фліртує з жінкою ніж жінка з чоловіком. Один діалог, де фліртує жінка, був зображений у сатиричній формі та не з щирим проявом симпатії, а на зло іншому чоловіку, щоб той ревнував. Чоловік жартував у розмовах з жінкою більше ніж жінка з чоловіком. Один діалог, де жартує жінка, також був у сатиричній формі з тією ж метою, щоб інший чоловік ревнував. Ініціювала суперечку чи висловлювала невдоволення жінка більше разів ніж чоловік. Усі ситуації, де жінка перша висловлювала невдоволення, було внаслідок неприйнятної попередньої поведінки чоловіка, який спровокував цей конфлікт. Чоловік висловлював незадоволення менше ніж жінка, у наслідок дій жінки, але справжньою причиною були особисті переконання чоловіка. Дружнє ставлення висловлював лише чоловік під час привітання жінки з Новим роком. Жінка ініціювала розмову про стосунки більше разів

ніж чоловік. Розмова про подорож чоловіка та жінки була спільна. Про іншу жінку розмовляли більшість разів у негативному ключі, бо ці діалоги були між коханкою та чоловіком про його дружину. Про іншого чоловіка говорили менше разів у позитивному та нейтральному сенсі. Про роботу жінки розмовляли менше ніж про роботу чоловіка. Діалоги про власні бажання ініціював лише чоловік. Про здоров'я чоловіка говорили більше ніж про здоров'я жінки. Порожні розмови були найпопулярнішою темою розмов. Про гроші чоловік з жінкою не розмовляли.

У розмовах між чоловіками (Таблиця 2) не було флірту чи компліментів. Найбільше було жартівливих розмов, також були розмови суперечки та найменше дружніх діалогів. Серед тем розмов найпопулярнішими були висловлювання прохання чи послуги та порожні розмови. На другому місці діалоги про роботу. Потім розмови про базові потреби, зокрема їжу. Найменше діалогів було на тему здоров'я та грошей. Не було діалогів про романтичні та сімейні стосунки, про подорожі та відпочинок, про інших людей та про плани на життя, мрії, страхи та бажання.

У результаті, мої припущення про те, що частіше зображують чоловіків, які фліртують, а не жінок, підтвердилися. Також у фільмі частіше жартують чоловіки. Також підтвердилося, що жінки частіше починають суперечку. Серед тем розмов підтвердилося, що частіше розмови про романтичні стосунки та родину ініціюють жінки, про роботу, здоров'я та базові потреби чоловіків також говорять частіше. Також між чоловіками частіше були розмови про гроші. Мої припущення не підтвердилися у діалогах про плани на життя, мрії, страхи та бажання, бо говорили лише про чоловіків. Також однакова кількість діалогів була про відпочинок чоловіків та жінок.

Серед героїв фільму була військова Леся, яка прагнула йти на передову. Також у фільмі був її майбутній чоловік – начальник роти. Під час суперечки Леся озвучила, що Максим, її чоловік та начальник, може понизити її у званні, що перегукується з ідеєю Гофмана Function ranking, що чоловік зазвичай зображується як начальник.

У висновку я хочу зазначити, що фільм «Потяг у 31 грудня» є достатньо стереотипізованим, відтворює типові гендерні ролі та теми розмов, що не є прикладом культурного продукту, який покращує гендерну репрезентацію як жінок, так і чоловіків. Хоча у фільмі були представлені сильні героїні, зокрема жінка-військова, яка прагнула йти на передову, проте ці емансипативні настрої не були представлені у діалогах фільму.

Таблиця 1. Діалоги між чоловіком та жінкою

ЧЖ					
Емоційне забарвлення	Детально	Кількість	Тема розмови	Детально	Кількість
Флірт/комплімент	фліртує чоловік	8	Романтичні стосунки/сім'я	Ініціює жінка	7
	фліртує жінка	1		Ініціює чоловік	2
Жарт	жартує чоловік	4	Подорожі/відпочинок	Чоловіка	1
	жартує жінка	1		Жінки	1
Суперечка/ Невдоволення	ініціює чоловік	1	Про інших людей	Про жінку	5
	ініціює жінка	7		Про чоловіка	2
Дружнє	Від чоловіка	1	Послуги/прохання	Жінка до чоловіка	3
	Від жінки	0		Чоловік до жінки	4
			Робота	Робота жінки	1
				Робота чоловіка	2
			Життя/мрії/страхи/бажання	Ініціює жінка	0
				Ініціює чоловік	1
			Здоров'я	Про здоров'я чоловіка	2
				Про здоров'я жінки	1
			Базові потреби (їжа)	Чоловіка	0
				Жінки	1
			Порожня розмова		11
			Матеріальне (гроші)		0

Таблиця 2. Діалоги між двома чоловіками

ЧЧ			
Емоційне забарвлення	Кількість	Тема розмови	Кількість
Флірт/комплімент	0	Романтичні стосунки/сім'я	0
Жарт	6	Подорожі/відпочинок	0
Суперечка/Невдоволення	4	Про інших людей	0
Дружнє	1	Послуги/прохання	5
		Робота	4
		Життя/мрії/страхи/бажання	0
		Здоров'я	1
		Базові потреби (їжа)	2
		Порожня розмова	5
		Матеріальне (гроші)	1

ЛІТЕРАТУРА

1. Dzyga MDB. <https://dzygamdb.com/uk>
2. Bouchat, Kathryn Gray, "Testing the Bechdel Test" (2019). University Honors Theses. Paper 714. <https://doi.org/10.15760/honors.731>
3. Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. Harper and Row Publishers inc.

Катренко Олександр¹

Email: Shurik.cat66@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20305969>

Stem освіта в сучасних умовах: головні принципи та можливості

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

STEM-освіта – інтегрований підхід, що поєднує науку, технології, інженерію та математику. Це глибока методична зміна – перехід від теорії до практики, від ізольованих предметів до міждисциплінарних зв'язків. Її мета сформувати в учнів уміння інтегрувати знання з різних галузей для розв'язання реальних проблем. В еру швидких технологічних змін та цифровізації STEM-освіта стає все більш актуальною.

За даними ЮНЕСКО, близько 75% професій майбутнього вимагатимуть таких навичок. Країни, що активно впроваджують STEM-підхід – США, Фінляндія, Сінгапур, Південна Корея – демонструють не тільки високі освітні результати, а і значне зростання інноваційного потенціалу економіки.

Для України ж, насамперед, STEM-освіта стає одним із ключових напрямків реформування «Нової української школи». Вона покликана виховати покоління, яке не тільки здатне користуватися технологіями, а й створювати їх та вміти вигідно застосовувати (Нова українська школа, 2017).

Використання штучного інтелекту, віртуальної реальності та платформ для дистанційного навчання дозволяє впроваджувати нововведення навіть у віддалених районах (Tobias, et al., 2025), що особливо важливо в умовах воєнного стану в Україні. Це надає можливості для учнів і викладачів проводити віртуальні лабораторії чи спільні онлайн проекти.

Розвиток STEM-центрів і програм, що відповідають європейським стандартам, відкриває можливості для міжнародної співпраці, грантів від ЄС та обміну досвідом. Досвід ЄС показує, що STEM може посилити соціальну мобільність і зайнятість через технічні навички (Diniz, et al., 2025). Гібридні моделі навчання, що роблять акцент на цифрові навички посилюють стійкість освіти до криз. Саме під час пандемії та під час воєнного стану багато навчальних закладів перейшли на онлайн-платформи, інтегруючи STEM у повсякденне навчання.

Однак повноцінне впровадження у вітчизняну освітню практику не позбавлене й труднощів (Кузьменко, 2020). Основні з них можна виділити:

- недостатня підготовка педагогічних кадрів до міждисциплінарного навчання.
- брак технічного та матеріального забезпечення – програмного забезпечення, лабораторій, конструкторів, тощо.

¹ Студент бакалаврату, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

• нерівність можливостей між сільськими та міськими навчальними закладами.

У STEM-середовищі учитель перестає бути єдиним хто надає знання споживачу. Він є наставником. Його завдання створити ситуації у яких учні самостійно зможуть знайти, дослідити, спробувати, експериментувати та помилятися, аби досягти найкращого результату.

Особливу роль відіграє розвиток так званих (soft skills) – комунікація, лідерство, та уміння працювати в команді, навички презентувати власні ідеї та не боятись висловлювати свої думки. STEM-освіта запроваджується в умовах інтеграції усіх видів освіти: формальної, неформальної, інформальної (Інститут модернізації змісту освіти, 2018).

Серед найефективніших форм роботи:

- проєктно-дослідницька діяльність, у межах якої учні створюють власні проєкти, стартапи, моделі.
- інтегровані уроки – поєднання різних предметів, таких як хімія і фізика, біологія і географія тощо.
- STEM-тижні, які популяризують науку серед молоді.

Наразі в Україні STEM розвивається, хоч і не так активно як хотілось би. Для сталого розвитку цього напрямку необхідно масштабувати успішні приклади, та запроваджувати нові підходи, залучати бізнес та науку до освітніх процесів, а також на державному рівні розробити стратегію розвитку STEM-освіти (Інститут модернізації змісту освіти, 2021).

STEM-освіта – це не лише навчальний тренд, а підґрунтя для формування майбутнього суспільства. Вона виховує покоління, здатне мислити і діяти, робити те, що вони справді вміють і хочуть.

ЛІТЕРАТУРА

1. Diniz, A.M., Alfonso, S., Conde, Á. et al. Filling the gap between career choice and academic variables: gender comparisons in STEM and social sciences. IJ STEM Ed 12, 48 (2025). <https://doi.org/10.1186/s40594-025-00572-0>
2. Tobias, R.G., Lozano, J.A.G., Torres, M.L.M. et al. AI and VR integration for enhancing ethical decision-making skills and competency of learners in higher education. IJ STEM Ed 12, 52 (2025). <https://doi.org/10.1186/s40594-025-00575-x>
3. Інститут модернізації змісту освіти. (2018) STEAM-освіта <https://imzo.gov.ua/stem-osvita/>
4. Інститут модернізації змісту освіти (2021). Стан упровадження та перспективи розвитку STEM-освіти в Україні розглянули на колегії МОН <https://imzo.gov.ua/2021/12/10/stan-uprovadzhennia-ta-perspektyvy-rozvytku-stem-osvity-v-ukraini-rozghlianuly-na-kolehii-mon/>
5. Кузьменко, Г. В. (2020). Від STEM- до STEAM-освіти: Ключові аспекти на прикладі ініціатив уряду США. Освіта та розвиток обдарованої особистості, 4(79), 18–24. [https://doi.org/10.32405/2309-3935-2020-4\(79\)-18-24](https://doi.org/10.32405/2309-3935-2020-4(79)-18-24)
6. Нова українська школа (2017). Навіщо українській школі інтегрований курс з природничих наук. <https://nus.org.ua/2017/08/10/navishho-ukrayinskij-shkoli-integrovanij-kurs-z-prirodnych-nauk/>

Костенко Тетяна^I

Email: tetiana.kostenko@knu.ua

Романенко Анастасія^{II}

Email: anastasiia.romanenko@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306010>

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Відмова від власної агентності як адаптаційна стратегія в умовах динаміки суспільних змін

Сучасна молодь живе в епоху, яку можна вважати ідеальним середовищем для розквіту громадянської агентності. Ніколи раніше людина не мала такого формального доступу до знань, інструментів самовираження та можливостей для публічної участі. Проте замість покоління активних творців власної долі формується покоління, що інстинктивно відмовляється від агентності — здатності самостійно діяти та впливати на власне життя та суспільство.

Людина, яка прагне психологічного комфорту в умовах інформаційної перевантаженості, інстинктивно обирає стратегію, яку пропонують нові соціальні системи: відмова від власної агентності. Це раціональна, хоча й пасивна, адаптаційна стратегія. Легше дозволити алгоритму сформувати світогляд, прийняти готову ідентичність (часто через споживання або приналежність до мікроспільноти), ніж нести тягар самостійного вибору в хаотичному світі (Cheong, et al., 2022).

Отже, наша гіпотеза звучить так: алгоритмізоване медіасередовище не просто відображає, а й активно конструює структуровані умови, в яких відмова від агентності стає раціональною адаптаційною стратегією для молоді. Як результат, ми втрачаємо незалежних членів суспільства, що може призвести до стагнації суспільства, світоглядної кризи та підриву демократії.

Поняття агентності означає здатність людини усвідомлено діяти як суб'єкт, що впливає на соціальну реальність. Ми спробуємо пояснити добровільну відмову від публічної позиції як відповідь на соціальний тиск, за допомогою наступних теорій:

Спіраль мовчання. Автор теорії німецька соціологиня Е. Ноель-Нойманн. Вона виявила що індивід схильний до того, щоб у своїх думках та вчинках орієнтуватись на панівні у її соціальній групі погляди (Noelle-Neumann, 1982). З цього виходить, що внутрішні погляди членів групи може відрізнятися від зовнішніх поглядів. Таким чином голосніша меншість формує думку мовчазної більшості. В основі цієї теорії лежать 3 принципи:

^I Студентка бакалаврської освітньої програми «Комунікації та управління культурними індустріями», факультет соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

^{II} Студентка бакалаврату, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

квазістатистичне відчуття, страх ізоляції та готовність висловлюватися (Cheong, et al., 2022).

Плюралістичне невігластво. Термін введено соціальним психологом Флойдом Олпортом. Це соціально-психологічний феномен, який характеризується тим, що індивіди приватно підтримують переконання або думки, що відрізняються від того, що вони сприймають як панівну норму в групі чи суспільстві (Lütz & Wardil, 2024). Зазвичай члени групи неправильно оцінюють ставлення, почуття та судження які є панівними у цій групі. Це явище існує тільки на рівні групи: індивіди не можуть бути плюралістично невігласними окремо від групи чи суспільства (Miller, 2023).

Конформізм. Некритичне сприйняття і наслідування думкам, стандартам, стереотипам масової свідомості, традиціям, авторитетам, принципам, установкам, що панують у певному суспільстві чи групі.

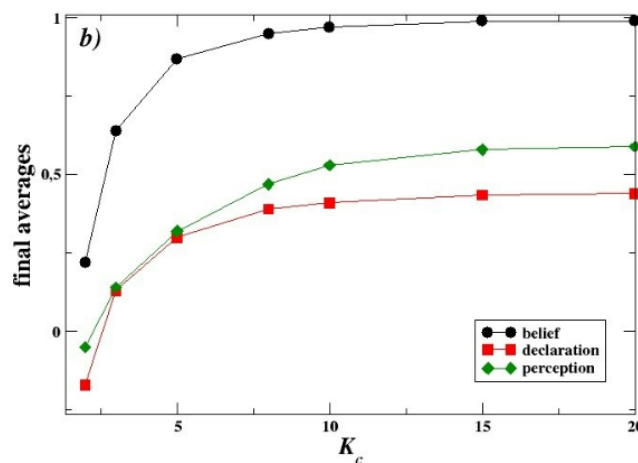
Інформаційна бульбашка. Схема роботи алгоритмів, які дають користувачам контент з однією думкою, через що користувачі вважають цю думку панівною (ця думка може не погоджуватися з особистою думкою користувача, або радикалізувати її);

Теорія когнітивного дисонансу. Сформував цю теорію психолог Леон Фестінгер. Описує стан психологічного дискомфорту, що виникає, коли у людини суперечливі думки, переконання або поведінка. Цей дискомфорт мотивує людину до зменшення суперечності шляхом зміни своїх переконань, виправдання поведінки або пошуку нової інформації, що підтверджує її вибір.

Дослідження Daniele Vilone та Eugenia Polizz (2023) показує, що алгоритми соціальних мереж, оптимізовані під залучення користувача, конструюють персоналізовані інформаційні середовища, які формують ілюзію домінантної думки.

Схема 1. з дослідження Daniele Vilone та Eugenia Polizz (2023) візуально ілюструє суттєву розбіжність між середнім приватним переконанням (Belief) агентів та їхнім середнім локальним сприйняттям (Perception) думки у суспільстві, а також середньою публічною декларацією (Declaration) цієї думки. Справжнє переконання більшості (позитивна думка, близька до 1.0) є значно вищим, ніж публічно декларований (оголошений) та сприйнятий (локальний клімат) рівні думки (які залишаються на рівні близько 0.4–0.6).

Схема 1.



Рекомендаційні алгоритми, використовуючи персоналізацію під користувача, залежно від мети, правил і обмежень певної соціальної мережі або сайту пропонують його увазі інформаційний контент, що відображає минулі пошуки користувача або контент, з яким він контактував та у такий спосіб, закономірно зменшуючи різноманіття інформації яку він отримує з мережі, та відсікаючи все, що не узгоджується з цією персоналізацією. Парізер визначив ефект «фільтр-бульбашки», коли користувачі опиняються ізольованими в групах, що поділяють спільні інтереси та погляди, а фільтрація приховує альтернативний контент. Мікротаргетинг і фільтрування можуть створювати позитивний зворотний зв'язок, у якому наявні когнітивні упередження підсилюються подальшим впливом узгодженої інформації, що збільшує впевненість у переконаннях, які можуть бути упередженими або хибними (Seeme, et al., 2025).

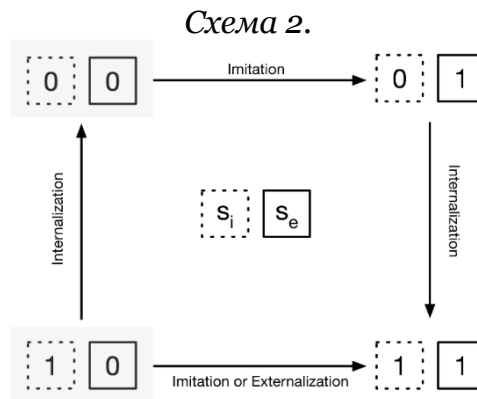
Причиною появи бульбашки, може бути «втома користувача від незкінченного різноманітного контенту», тому коли користувач звертається до першого-ліпшого сайту, то алгоритм оцінює рекомендації як «успішні» і такі, що відповідають інтересами користувача, завдяки чому ця інформаційна бульбашка тільки закріплюється.

Люди ненавмисно стикаються з новинами в соціальних мережах через рекомендації однолітків та алгоритми. Чим більше людей стикаються з новинами таким чином, тим більше вони думають, що можуть залишатися в курсі подій, вважаючи, що «новини знайдуть мене», і тим менше вони шукають їх самостійно (Campbell & Hawkins, 2025).

У межах бульбашки людина постійно стикається з однорідним потоком повідомлень. Для тих, хто поділяє ці позиції, настає ефект хибного консенсусу, коли переконання радикалізується через підтвердження власних упереджень. Для тих, хто сумнівається або не погоджується, спрацьовує страх соціального тиску — тепер він не абстрактний, а підкріплений числовими даними лайків, репостів і коментарів. Так «спіраль мовчання» стає алгоритмічно керованим процесом (Cheong, 2022).

Схема 2 демонструє, як люди можуть поводитися всупереч власним переконанням: вони наслідують більшість і з часом приймають цю поведінку

як свою, що створює ефект плюралістичного невідання та спіралі мовчання, що виникає через когнітивний дисонанс.



Також було виявлено, що плюралістичне невігластво гальмує зміну норм, що стосуються різних форм расової та гендерної рівності (Miller, 2023), що шкодить розвитку рівного суспільства та збереженню демократичних принципів. Якщо більшість не береться за зміни та розвиток, то меншість таким чином прибирає владу до своїх рук, що також шкодить демократії. Формальне збереження демократичних інститутів не гарантує їхньої реальної дії. Системна відмова від агентності веде до прояву такої поведінки, як «ритуалізм». За Р. Мертоном, ритуалізм — це коли участь у суспільному житті зводиться до формального виконання очікуваних дій без прагнення до реальних змін. У результаті активну меншість — інституції, корпорації, політичні технології — починають визначати порядок денний замість громадянського суспільства (Cheong, et al., 2022).

Цей тип соціальної поведінки не потребує примусу: він тримається на психологічній згоді більшості, яка добровільно делегує власну агентність задля відчуття безпеки й зниження когнітивного навантаження.

У висновку, відмова від агентності — це не ознака ліні чи апатії, а раціональна (хоч і деструктивна в довгостроковій перспективі) адаптаційна стратегія в середовищі, що було структуровано алгоритмами для мінімізації автономного мислення. Це призводить до формування не свідомих громадян, а простих спостерігачів, що загрожує стагнацією суспільства, яке втрачає здатність до інновацій та критичної саморефлексії, світоглядною кризою та ерозією основ демократії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сорокіна, Г. В. (2022). Застосування теорії спіралі мовчання для аналізу українського медіапростору. In Ю. Р. Казімова (Упор.), *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: Збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції до 31-ї річниці Незалежності України* (с. 108–110). Видавництво Львівської політехніки.
2. Чаплак, Я. В., Чуйко, Г. В., Андрєєва, Я. Ф. (2023). Психологічні аспекти впливу інформаційної бульбашки на людину та соціум. *Психологічний часопис*, 9 (5), 38–51. <https://doi.org/10.31108/1.2023.9.5.4>

3. Cabrera B., Ross B., Rochert D., Brunker F., Stieglitz S. (2021). The influence of community structure on opinion expression: an agent-based model / B. Cabrera et al. *Journal of business economics*. Vol. 91, no. 9. P. 1331–1355. <https://doi.org/10.1007/s11573-021-01064-7>.
4. Campbell S. W., Hawkins I. (2025). Social (media) psychology of the “news-finds-me” perception: habits, mindsets, and beliefs. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 30, no. 5. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmafo10>
5. Cheong H. J., Baksh S. M., Ju I. (2022). Spiral of silence in an algorithm-driven social media content environment: conceptual framework and research propositions. *Kome*. <https://doi.org/10.17646/kome.75672.86>
6. Lütz A. F., Wardil L. (2024). The evolution of pluralistic ignorance. *Physica A: statistical mechanics and its applications*. P. 129920. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2024.129920>.
7. Miller D. T. (2023). A century of pluralistic ignorance: what we have learned about its origins, forms, and consequences. *Frontiers*. 2023 <https://www.frontiersin.org/journals/social-psychology/articles/10.3389/frsps.2023.1260896/full>.
8. Noelle-Neumann E. (1984). *The spiral of silence: public opinion — our social skin*. Chicago : University of Chicago Press. 200 p.
9. Seeme F., Green D., Kopp C. (2025). Ignorance of the crowd: dysfunctional thinking in social networks. *Frontiers*. <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2025.1547489/full>.
10. Vilone D, Polizzi E (2024) Modeling opinion misperception and the emergence of silence in online social system. *PLoS ONE* 19(1): e0296075. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296075>

Надієвець Яна¹Email: yana_nadievets@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306035>

Соціальна мережа громадянських рухів України: аналітична візуалізація взаємозв'язків

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Українське громадянське суспільство зіткнулося з безпрецедентними викликами, спричиненими повномасштабною війною. У відповідь на гуманітарну кризу та соціальні потрясіння було сформовано сотні нових волонтерських ініціатив, які разом з усталеними організаціями стали основою системи взаємодопомоги (Refugees International, 2023). Протягом перших місяців бойових дій виникло понад 1700 спонтанних груп, що засвідчило спроможність локальних рухів до самоорганізації (Refugees International, 2023).

Значною мірою цей успіх пояснюється розгалуженими горизонтальними зв'язками між активістами та громадами, які забезпечують швидку координацію дій через гнучкі мережеві структури. У сучасній соціологічній літературі соціальні рухи дедалі частіше розглядаються як мережі взаємодій (Crossley, 2015), а методи соціального мережевого аналізу виступають ключовими інструментами вивчення колективної дії. За визначенням Маріо Діані, соціальні рухи — це «networks of informal interactions between a plurality of individuals, groups and/or organizations, engaged in political or cultural conflicts, on the basis of shared collective identities» (Diani, 1992). Відповідно, зростає інтерес до неформальних структур солідарності (Della Porta & Diani, 2006) та ролі зв'язків у мобілізаційних процесах (Wouters & Walgrave, 2017).

Даний опис ґрунтується на емпіричному мережевому аналізі українських громадських рухів та ініціатив. Метою дослідження є візуалізація структури взаємозв'язків між ініціативами різних тематичних сфер (волонтерських, правозахисних, екологічних, феміністичних, молодіжних тощо) та інтерпретація отриманої мережі у контексті соціальних змін. Проведений аналіз дозволяє оцінити, як горизонтальні взаємозв'язки зміцнюють солідарність, а також ідентифікувати методологічні виклики, зокрема обмеженість даних щодо неформальних або латентних взаємодій.

Аналітичний фокус зосереджено не на ізольованих організаціях, а на структурі зв'язків між ними. Такий підхід дозволяє виявити «мости» між сегментами, периферійні вузли та неочевидні точки перетину. Основою для побудови мережі стали дані звіту ActionAid «People Power Infrastructure: Mapping Ukraine's Social Movement Landscape» (2025), у якому мережевий аналіз є ключовою складовою дослідницької логіки.

¹ Студентка магістратури, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Основними джерелами інформації виступили напівструктуровані інтерв'ю та анкетні згадки. Було виокремлено понад 30 ініціатив, що охоплюють широкий спектр тематик (міські/культурні, екологічні, реконструкційно-гуманітарні, жіночі/правозахисні, студентські, феміністичні/LGBT+ тощо), з метою максимально охопити різноманіття екосистеми. Для кожної взаємодії зафіксовано пару source→target із зазначенням типу зв'язку (кооперація, донорство, адвокація, ситуативний альянс), її полярності (позитивна/негативна) та ваги (інтенсивність, кількість згадок). Для стандартизації даних різні назви однієї організації було уніфіковано (наприклад, «КМДА» і «Київська міська рада» зведено до єдиного вузла).

На завершальному етапі було побудовано орієнтований граф мережі, де вузли (nodes) відповідають окремим громадським рухам, організаціям або ключовим особам, а ребра (edges) — зафіксованим зв'язкам між ними. Візуалізація мережі здійснювалася з урахуванням тематичної класифікації вузлів та колірного групування (Wasserman & Faust, 1994). У підсумку було виявлено понад 250 унікальних взаємозв'язків. Мережа сформована як множина кластерів, проте без ознак фрагментації: між спільнотами спостерігаються стабільні міжкластерні зв'язки (див. Візуалізацію 1).

Мережа характеризується чітко окресленими кластерами за тематичними ознаками, проте ці кластери не є ізольованими. Навпаки, між кластерами спостерігаються численні перехресні зв'язки. Найбільш щільними виявилися мережі співпраці серед феміністичних та ЛГБТ+ ініціатив, а також рухів, залучених у відбудову та гуманітарну допомогу.

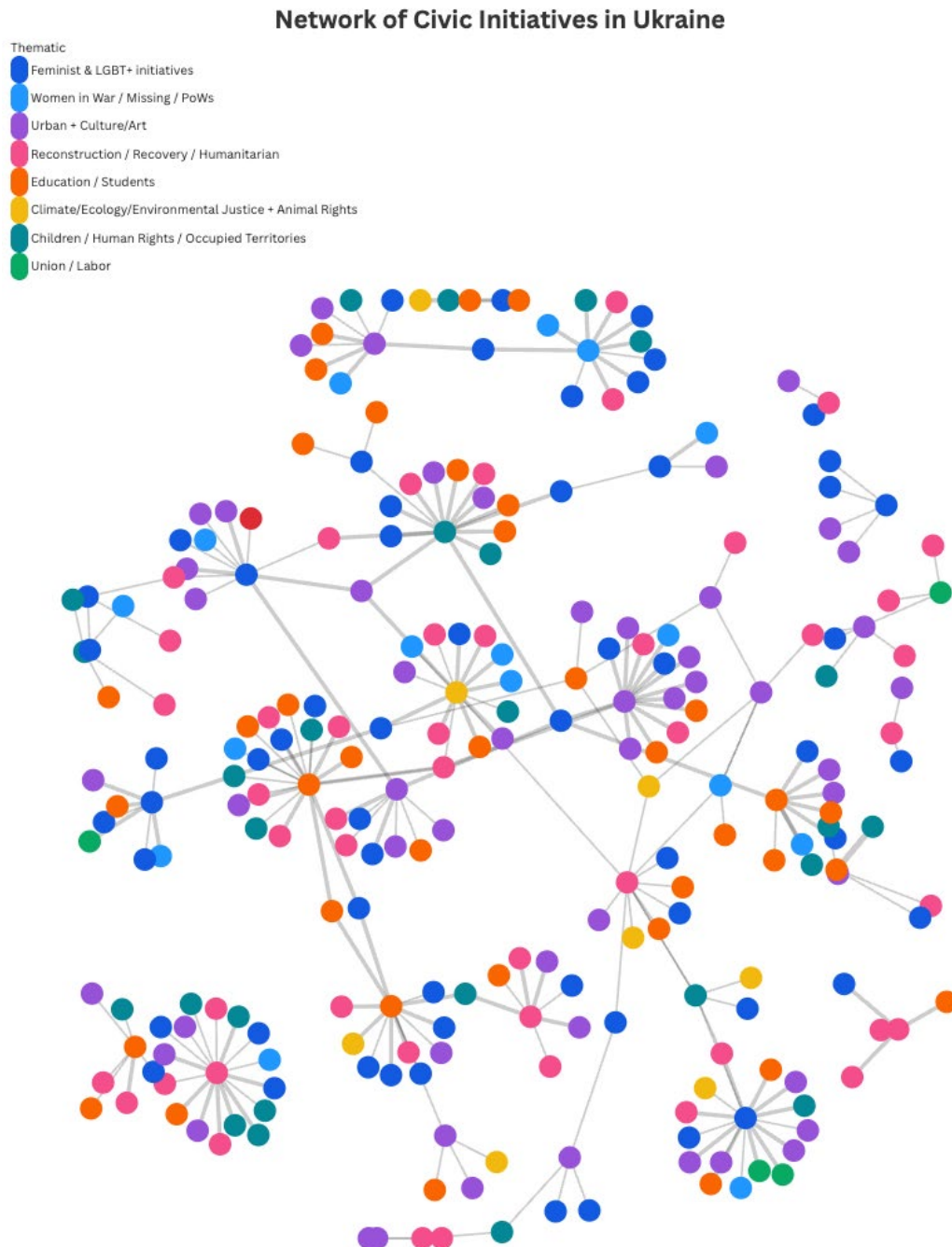
Крос-секторальність зв'язків проявляється у численних міжкластерних «мостах». Урбаністичні та культурні ініціативи пов'язані зв'язками з екологічними та правозахисними кампаніями. Гуманітарні волонтерські рухи підтримують прямі контакти як із міжнародними донорами, так і з державними структурами, інтегруючи локальні зусилля у ширші рамки.

Близько третини ідентифікованих зв'язків становлять партнерства українських ініціатив з міжнародними організаціями та фондами. Така інтеграція у міжнародні структури підтверджується і незалежними оцінками. У звіті Refugees International підкреслено, що саме міцні мережі українських НУО та відкритість донорів створили основу для локалізації гуманітарної допомоги (Refugees International, 2023).

Мережа також фіксує антагоністичні зв'язки, деякі рухи мають негативно забарвлені взаємодії, спрямовані проти конкретних опонентів. Зокрема, урбаністичні ініціативи повідомляють про конфлікти з забудовниками, театральні та мистецькі групи фіксують протистояння з консервативними адміністраціями театрів, а правозахисні та ЛГБТ+ організації — ворожість з боку ультраправих угруповань. Наявність таких негативних ребер свідчить, що основи соціального конфлікту є невіддільною частиною громадського поля та надають додаткову глибину карті взаємодій.

Аналіз дозволив ідентифікувати ключові вузли — ініціативи з високою кількістю контактів та посередницькими функціями, які поєднують різні

кластери. Багато з них демонструють інтерсекційність. Це узгоджується з науковими спостереженнями, згідно з якими сильні рухи часто виникають на перетині кількох соціальних основ і здатні мобілізувати різні спільноти (Diani, 1992).



Візуалізація 1. Мережа громадянських ініціатив в Україні (2022–2025): тематична структура та взаємозв'язки між ініціативами.

Всередині тематичних груп переважають зв'язки згуртування, тоді як між групами вирішальне значення мають слабкі зв'язки — мости, які забезпечують обмін ресурсами та інформацією. Відповідно до теорії Granovetter (1973), саме ці зв'язки найбільш ефективно сприяють поширенню інновацій та ідей. Загалом результати підтверджують, що українські соціальні

рухи функціонують як динамічна екосистема, у якій відбувається постійна горизонтальна взаємодія між різними секторами. На відміну від уявлень про фрагментоване громадянське суспільство, мережевий аналіз демонструє високий рівень єдності та перетину. Це узгоджується з тезою, що міцні неформальні мережі та солідарність стали запорукою стійкості українського суспільства у війні (Refugees International, 2023). Водночас висока концентрація зв'язків у кількох вузлах створює певні ризики. Відповідно до теорії масштабно-вільних мереж (Barabási & Albert, 1999), втрата центрального вузла може призвести до фрагментації системи або її переконфігурації. Наприклад, згортання діяльності великої міжнародної платформи-донора створило б вакуум, який не відразу заповниться альтернативними зв'язками та може вплинути на подальше існування мережі.

Попри цінність отриманих результатів, дослідження має низку важливих обмежень. Мережа була побудована переважно на основі якісних даних з інтерв'ю, що означає фіксацію зв'язків на рівні самоописів або зовнішніх згадок без формалізованої перевірки кожної взаємодії. Як наслідок, мережа може не включати неочевидні або неформальні зв'язки, які існують поза публічним полем або не були названі респондентами.

Візуалізація мережі відображає статичний зріз за певний період і не враховує змін у структурі взаємодій. З огляду на турбулентність воєнного часу, зв'язки між рухами є динамічними, тому візуалізація, побудована на основі обмеженої кількості джерел, не відображає всіх часових трансформацій. Крім того, у дослідженні поки що не враховано цифрову активність (перехресне підписування в соцмережах, участь у спільних онлайн-кампаніях), що могло б суттєво вплинути на виявлення «слабких зв'язків».

Мережевий аналіз українських громадянських ініціатив надав емпіричне підтвердження того, що сучасні суспільні рухи функціонують як єдина взаємопов'язана система. Попри тематичну різноманітність, рухи формують тісну мережу взаємозв'язків, що забезпечує обмін інформацією та ресурсами між секторами — від волонтерської допомоги до правозахисту, від студентського самоврядування до феміністичного активізму. Така інтерсекційна єдність підсилює суспільну стійкість: у кризові моменти різні групи швидко консолідуються для досягнення спільної мети. Застосування мережевого аналізу дозволило кількісно відобразити те, що раніше спостерігалось якісно щодо неформальних взаємодій. Візуалізована мережа відобразила не лише інтенсивність співпраці, а й лінії символічної солідарності та спротиву, які структурують громадський простір.

ЛІТЕРАТУРА

1. ActionAid. (2025). People power infrastructure: Mapping Ukraine's social movement landscape. ActionAid Eastern Europe.
2. Barabási, A.-L., & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *Science* (New York, N.Y.), 286(5439), 509–512. <https://doi.org/10.1126/science.286.5439.509>
3. Crossley, N. (2015). *Social networks and social movements*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315736075>

4. Della Porta, D., & Diani, M. (2006). *Social movements: An introduction* (2nd ed.). Blackwell Publishing. <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/Social-movements.An-introduction-by-Della-Porta-and-Mario-Diani.pdf>
5. Diani, M. (1992). The concept of social movement. *The Sociological Review*, 40(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954x.1992.tb02943.x>
6. Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <http://www.jstor.org/stable/2776392>
7. Refugees International. (2023). Looking forward: The alliance of Ukrainian CSOs. Refugees International. <https://www.refugeesinternational.org/reports-briefs/looking-forward-the-alliance-of-ukrainian-csos/>
8. Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511815478>
9. Wouters, R., & Walgrave, S. (2017). What makes protest powerful? Reintroducing and elaborating Charles Tilly's WUNC concept. *Social Movement Studies*, 16(5), 1–17. <https://www.researchgate.net/publication/313179891>

Резнік Ярослав¹

Email: yaroslav.reznik3@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306078>**Динаміка довіри до соціально-політичних інститутів в Україні: регіональні особливості**

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

В узагальненому визначенні почуття довіри зауважуються її різноманітні прояви, які можна безпосередньо спостерегти та виміряти в емпіричному дослідженні: «Довіра як властивість означає пізнавальні нахили (з очікуванням відповідної поведінки з боку інших), ставлення до інших..., емоційну налаштованість (низькі рівні стурбованості й ворожості у міжособистісних стосунках) і відкритість поведінки, яка зумовлена усіма цими нахилами» (Смелзер, 2003: с. 42). З цього погляду, предметом соціологічного вивчення вважається передусім інституціоналізована довіра – системна властивість суспільства, яка конституює в ньому простір плідних соціальних взаємодій на довірчих засадах прихильності. Із мірою виправданості виявленої довіри пов'язувалося її усталення або руйнування в суспільстві.

Довіра соціально-політичним інститутам парламенту, уряду, судової влади тощо вважається найважливішим показником політичної стабільності держави в демократичному суспільстві, в якому громадяни компенсують власну безпосередню неучасть у політиці шляхом делегування своїх владних повноважень і функцій цим інститутам (Панина, 2012: с. 9). Рівень цієї довіри відбиває міру політичної ефективності соціально-політичних інститутів в суспільстві та впливає на його солідарність, згуртованість, стійкість та конкурентоздатність у відносинах з іншими суспільствами.

У визначенні феномену довіри до соціально-політичних інститутів наголошується її своєрідна прогностичність: «Довіра до державних та політичних інститутів (як і будь-яких інших соціальних інститутів) включає передусім очікування громадян щодо рішень та дій цих інститутів у майбутньому, а не тільки у минулому» (Вишняк, 2010: с. 25–26). Йдеться про так званий «кредит довіри» до певних державних і політичних інститутів як очікування від них більш позитивних дій у майбутньому, ніж тих, до яких вони вдалися, на думку громадян, у минулому. Природно, громадяни виявлятимуть упереджену недовіру до цих інститутів, якщо очікуватимуть від них у майбутньому негативних дій. Фактори таких упереджень та прихильності, негативних і позитивних очікувань та спряженої із ними заздальгідної (не)довіри соціально-політичним інститутам в українському суспільстві становлять неабиякий науковий і практичний інтерес.

О. Вишняк емпірично дослідив динаміку довіри громадян до державних і політичних інститутів в Україні у 1994–2010 роках. Він зауважив слабкий

¹ Аспірант, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

зв'язок або й взагалі відсутність зв'язку між динамікою рівнів довіри до цих інститутів з одного боку та динамікою соціально-економічної ситуації в Україні та її оцінками в масовій свідомості – з іншого. Йшлося про брак синхронності коливань рівня довіри соціально-політичним інститутам та зростань/спадів економіки і масової рефлексії цих зростань/спадів: «...тенденції змін рівня довіри до політичних інститутів дуже мало корелюють з соціально-економічними змінами» (Вишняк, 2010: с. 38). Натомість були спостережені зв'язки динаміки довіри до соціально-політичних інститутів здебільшого із вагомими політичними подіями в житті українського суспільства, передусім – із виборами Президента України. Посада Президента як голови держави уможлиблювала найбільшу владу над суспільством і найпотужніший вплив на його долю. Через це вона була предметом безкомпромісної політичної боротьби між «макрорегіональними» спільнотами громадян «Заходу і Центру» з одного боку та «Півдня і Сходу» України – з іншого. Обидві ці «макрорегіональні» спільноти очікували у майбутньому від інституту Президента України рішень та дій, що відповідали б або суперечили їх інтересам.

Подібні тенденції міжрегіональної диференціації проявів довіри, але стосовно парламенту, уряду та судів у 2005–2012 роках виявила Р. Гоч. Вона запропонувала власні пояснення цих особливостей впливу регіонального поділу України на довіру до зазначених державних інститутів (Гоч, 2014: с. 36–37). У її дослідженні «макрорегіональний» поділ України моделювався дихотомічною змінною, що протиставляє «Захід та Центр» відповідно «Півдню та Сходу». З'ясувалося, що позитивна або негативна спрямованість впливу «макрорегіонального» чинника на довіру парламенту і уряду змінювалася залежно від поточної політичної кон'юнктури. Наприклад, «макрорегіональний» чинник здебільшого впливає на позитивну або негативну спрямованість довіри уряду залежно від того, чи контролюють його політики і політичні сили, підтримані на виборах здебільшого «своїм» або «чужим» макрорегіоном. Іншими словами, довіра до уряду у макрорегіональному вимірі залежала від владного/опозиційного політичного статусу політичних сил, які здебільше підтримувалися на «Заході та в Центрі» або на «Півдні і Сході» України.

Оцінити ці тенденції впродовж ширшого часового відтинку можна на основі даних масових національних опитувань соціологічного моніторингу та омнібусу Інституту соціології НАН України у 1994–2006, 2008, 2010, 2012–2021 років (я принагідно дякую керівництву цієї наукової установи, зокрема, її директору Є. Головасі, за надану можливість використати відповідні масиви даних). Вибірка цих опитувань у середньому становить 1800 респондентів, репрезентує доросле (віком від 18 років) населення 24 областей України, міста Київ та АР Крим, а за типом побудови є триступеневою, стратифікованою, випадковою, із квотним скринінгом на останньому щаблі (Паращевін, 2021: с. 622). Опитування проведені за методом самозаповнення анкет. Утім, ці опитування не охоплювали території України, над якими українська держава втрачала контроль.

Також використано дані соціологічного опитування, проведеного соціологічною службою Центру Разумкова спільно з Київським Безпековим Форумом у квітні-травні 2025 року в 23 областях України та місті Києві (за винятком Луганської області та АР Крим), зокрема, лише на тих територіях, що контролюються урядом України та на яких не ведуться бойові дії (я принагідно дякую керівництву цього дослідницького центру, зокрема, заступнику директора його соціологічної служби М. Міщенку, за надану можливість аналізувати частину відповідного масиву емпіричних даних). Опитування проводилося методом face-to-face за стратифікованою багатоступеневою вибіркою із застосуванням випадкового відбору на перших етапах та квотного методу відбору опитуваних на заключному етапі (Разумков Центр, 2025). Структура цієї вибірки ($N = 2033$) відтворює демографічну структуру дорослого (віком від 18 років) населення територій, на яких проводилося опитування, станом на початок 2022 року (за віком, статтю, типом поселення).

У всіх цих опитуваннях використані емпіричні показники із 5-бальними шкалами рівня довіри, позиції яких можливо узагальнено впорядкувати: 1 бал – «Зовсім не довіряю», 2 бали – «Переважно не довіряю», 3 бали – «Важко сказати, довіряю чи ні», 4 бали – «Переважно довіряю», 5 балів – «Цілком довіряю». Тож можливо спостерігати динаміку середніх довіри до Президента та уряду за макрорегіонами України упродовж 1994–2025 років (рис. 1 і 2).

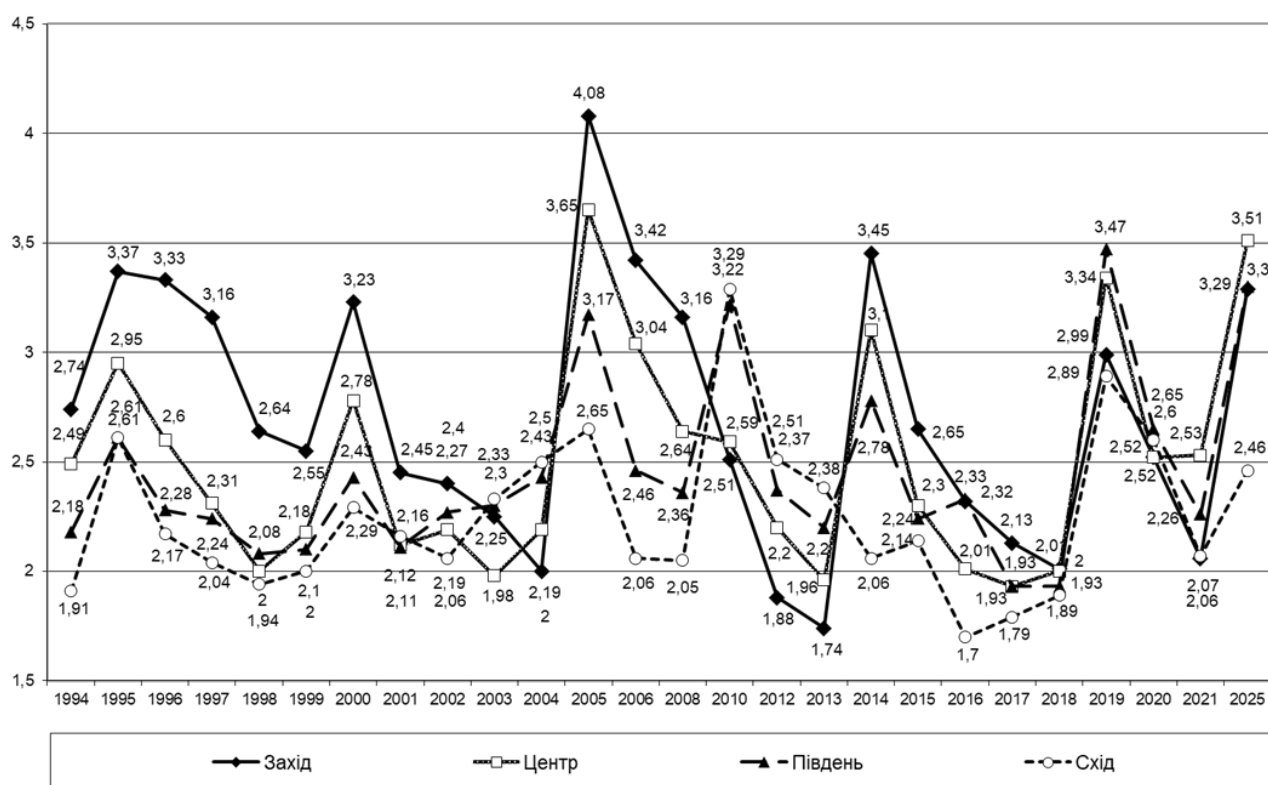


Рисунок 1. Динаміка розподілів середніх довіри до Президента за макрорегіонами України (діапазон шкали: 1–5 балів)

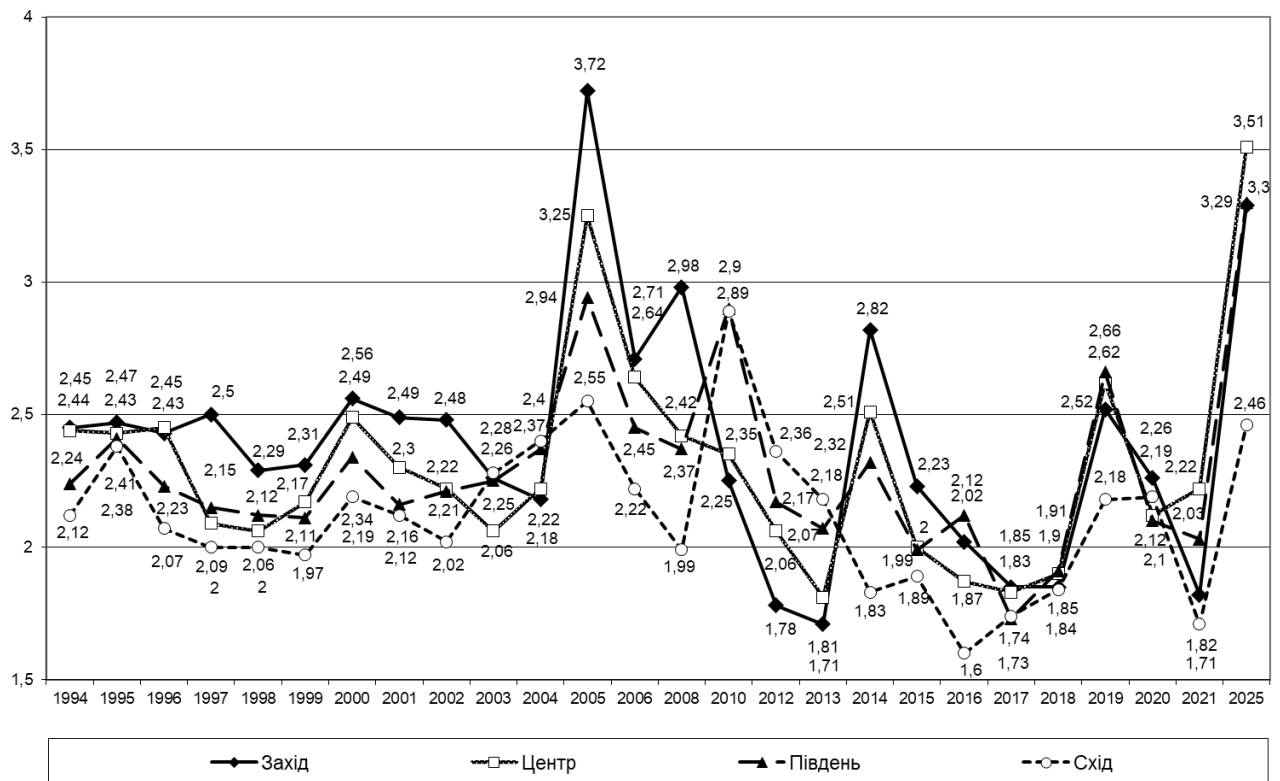


Рисунок 2. Динаміка розподілів середніх довіри до уряду за макрорегіонами України (діапазон шкали: 1–5 балів)

При цьому використано показник регіонального поділу, в якому «Захід» складають Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська і Чернівецька області, «Центр» – Вінницька, Житомирська, Київська (без Києва), Кіровоградська, Полтавська, Сумська, Хмельницька, Черкаська і Чернігівська області та місто Київ, «Південь» – Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Одеська і Херсонська області та АР Крим, «Схід» – Донецька, Луганська і Харківська області.

У підсумку, тенденції, зауважені раніше Вишняком та Гоч у 1994–2012 роках, спостерігаються й у 2013–2019 роках. Зокрема, як і в 1995, 2000, 2005 та 2010 роках після чергових виборів Президента України, та і в 2014 і 2019 роках президентських виборів рівень довіри до цього владного інституту теж найстрімкіше змінювався та сягав найвищих значень. Тобто пікові значення рівня довіри до інституту Президента спостерігаються, коли цю посаду посідав новообраний чи переобраний претендент, на якого громадяни покладали великі сподівання. Але якщо у 1995, 2000, 2005 та 2010 роки наявні неабиякі відмінності за рівнем довіри між «Заходом і Центром» та «Півднем і Сходом», то у 2014 та 2019 роках за рівнем довіри є помітні відмінності здебільшого між «Заходом і Центром» та «Сходом». «Схід» виявляв найвищу довіру до інституту Президента у 2010–2013 роках, коли цю посаду посідав виходець із цього регіону В. Янукович, та здебільшого найнижчу довіру упродовж решти спостережуваних років. Зауважені міжрегіональні відмінності довіри до інституту Президента стрімко зросли після обрання на цю посаду В. Ющенка в 2005 році та зберігаються більшість наступних років дотепер. Щоправда пікові значення довіри до інституту Президента, зафіксовані у 2025 році,

пов'язані не з президентськими виборами, а радше із соціальним згуртуванням громадян України під час російсько-української війни.

Як і в 1994–2012, так і пізніше в 2013–2019 роках динаміка довіри до інституту уряду значною мірою синхронізована із динамікою довіри до інституту Президента. Як раніше спостеріг Вишняк, рівень довіри до уряду підвищувався одразу після президентських, а не після парламентських виборів. При цьому довіра громадян до уряду загалом виявляє таку ж саму міжрегіональну динаміку, як і описана вище міжрегіональна динаміка довіри до інституту Президента. Зокрема, як зауважила Гоч, громадяни із «Заходу і Центру» здебільшого довіряли інституту уряду, коли його очолювала підтримувана ними Ю. Тимошенко у 2005 та 2008 роках, і недовіряли у 2012 році, коли його очолював М. Азаров із Партії регіонів України, що мала підтримку на «Півдні і Сході» України. Згодом «Захід і Центр» значно більше, ніж «Схід», довіряють інституту уряду в 2014 році, коли його очолює виходець із «Заходу» А. Яценюк, та в 2019 році, коли його очолює виходець із «Центру» О. Гончарук.

Зауважені тенденції регіонально-заангажованої довіри та регіонально-упередженої недовіри потребують пояснення з огляду на соціокультурні відмінності та розмежування українських регіонів, тобто соціокультурний дисенсус між ними. Власне це й становитиме перспективу моїх наступних наукових пошуків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вишняк, О. (2010). Довіра до політичних інститутів: поняття, показники та тенденції змін. В: В. Ворона, М. Шульга (Ред.). *Українське суспільство 1992–2010: соціологічний моніторинг*. (сс. 24–39). Київ: Інститут соціології НАН України. https://isnasu.org.ua/assets/files/monitoring/smonit_2010.pdf
2. Гоч, Р. (2014). *Чинники довіри до державних регуляторів економічних відносин у сучасному українському суспільстві*. Соціологія: теорія, методи, маркетинг, 3, 16–55. <https://stmm.in.ua/archive/ukr/2014-3/4.pdf>
3. Панина, Н. В. (2012). Отношение к политике, властным структурам и политическим лидерам. В: Головаха, Е. И., Панина, Н. В. *Избранные труды по социологии: [в 3 т.]*. Т. III: *Социология политики, национальных отношений, общественного мнения и социальная психиатрия*. (сс. 7–20). Киев: Факт.
4. Паращевін, М. А. (2021). Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992–2021 років. В: Ворона, В. М., Шульга, М. О. (Ред.). *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. 30 років Незалежності*, 8 (22). (сс. 621–714). Київ: Інститут соціології НАН України. <https://isnasu.org.ua/assets/files/monitoring/monitoring-2021dlya-tipografii.pdf>
5. Разумков Центр (2025). «Червоні лінії України»: громадська думка і національні переконання (квітень–травень 2025р.). <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/chervoni-linii-ukrainy-gromadska-dumka-i-natsionalni-perekonannia-kviten-traven-2025r>
6. Смелзер, Н. Дж. (2003). *Проблеми соціології. Георг-зімелевські лекції*. Львів: Кальварія. 128 с.

Самойленко Анна¹

Email: a.samoylenko_fmtp_4_25_b_z@knute.edu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306112>

Вплив освіти на споживчі інтереси молоді

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

У сучасному суспільстві освіта виступає не лише як засіб здобуття знань, а й як важливий соціальний інститут, який сприяє інтеграції індивіда у суспільство. Вона формує систему цінностей, світогляд, культуру споживання, а отже й впливає на споживчі інтереси молоді (Шуст & Дубовик, 2023). Молоде покоління є однією з найактивніших соціальних груп, яка впливає на тенденції розвитку ринку товарів і послуг, моди, технологій та культури. Освіта є невід'ємним процесом розвитку особистості, який формує соціальні, пізнавальні та інтелектуальні здібності. Вони в свою чергу допомагають людині в адаптації до швидкозмінних умов життя через передачу знань, умінь та навичок, що призводить до соціально-економічного розвитку країни.

Освіта – це механізм, який відіграє дуже важливу роль у становленні особистості та відповідає за розвиток людства. Це може бути, як формальна діяльність у навчальних закладах, так і неформальне навчання, наприклад, курси, тренінги, майстер-класи, тощо. Освічена молодь, як правило, прагне вкладатись у свій розвиток, що сприяє формуванню більш стійких, раціональних споживчих переваг. Крім того, освітній простір надає умови для створення певних молодіжних субкультур, які допомагають у формуванні смаків, моди та способу життя (Шуст, 2022). Таким чином, освіта є одним із основних елементів розвитку культурних цінностей, моделі мислення та споживчої поведінки покоління.

Рівень освіти може на пряму впливати на споживчі орієнтири молоді. Освіта допомагає людині зрозуміти необхідність та можливість задоволення своїх потреб за допомогою наявних ресурсів, які не шкодять оточенню. Молодь з кращим рівнем освіченості частіше орієнтуються на якість, етичність, екологічність товарів та послуг, що в майбутньому може слугувати поліпшенню навколишнього середовища. Натомість неосвічені люди зазвичай віддають перевагу масовим та більш доступним товарам, орієнтуючись на популярність ніж на якість та власні потреби. Також освітній рівень визначає інформаційну грамотність (Шуст, 2022): краща освіченість сприяє розвитку критичного мислення, що допомагає у розпізнаванні маніпуляційних реклам, перевірці достовірності джерел, а отже така молодь більш усвідомлено підходить до вибору продуктів та послуг.

В умовах цифрової освіти (Shust, 2023) стала помітна тенденція до інвестиції у власний розвиток, споживчі інтереси серед молоді змінюються. Серед молодих людей зріс запит на джерела освітніх та інформаційних послуг,

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Державний торговельно-економічний університет

такі як: онлайн-курси, цифрові сервіси, тощо. Освіта заохочує до переосмислення щодо споживання, акцент зміщується з матеріальних товарів на продукти, які працюють у довготривалій перспективі. Під впливом нових освітніх цінностей трансформується і сама споживча культура.

Формування споживчих цінностей впливає на становлення певних соціальних норм щодо суспільних інтересів. З утворенням усвідомленого споживання молодь може розпізнавати «необхідність» та «престиж», що навчає їх бачити де нав'язані, а де їхні власні потреби та бажання. А це у свою чергу сприяє зменшенню імпульсивних та необдуманих покупок серед молодих людей. У дослідженні ГО «Об'єднання маркетологів України» «Споживча поведінка студентської молоді» зазначено, що опитані студенти КНУ імені Тараса Шевченка, які навчаються на різних рівнях освіти мають певні консервативні поведінкові установки, тобто прагнуть діяти слідуючи вже встановленим правилам, а також обережно ставитися до нового (Об'єднання маркетологів України, 2025). У споживчій поведінці – це вибір знайомих брендів, продуктів, стабільність цінностей та значущий зв'язок між суспільною думкою та моделлю поведінки. Отже, чим вищий рівень освіти, тим більше молоді люди схильні до більш стійких соціально-поведінкових установок.

Також освіта сприяє формуванню фінансової грамотності, яка допомагає розподіляти фінанси відповідно до своїх потреб та бажань. Але не менш важливим фактором розвитку фінансових навичок є вклад батьків через розмови з дитиною ще з шкільного віку на тему грошей. Саме батьки можуть допомогти дитині засвоїти певні знання з фінансової грамотності, наприклад, розповідаючи про планування витрат, заощадження та складання бюджету, що в майбутньому полегшить та сформує сприйняття дитини у цій сфері. На цю тему Національний Банк України провів дослідження (National Bank of Ukraine, 2025) на меті якого було визначити рівень знань учнів віком 14-17 років перед введенням предмету «Підприємництво та фінансова грамотність» у шкільну програму, яке показало що середній відсоток правильних відповідей серед підлітків становить 46,6%. Впровадження цього предмету, роль батьків та подальший розвиток молодих людей у сфері фінансів допоможе формуванню певних моделей поведінки у галузі споживання, що покращить економічний та соціальний прогрес суспільства й країни.

Не можна оминати й суттєвий вплив війни на сферу споживання, який сильно змінив цінності сучасної молоді. Повномасштабна війна в Україні спричинила переосмислення життєвих позицій і підвищення рівня соціальної відповідальності серед молодого покоління. Освічена молодь стала частіше підтримувати українські бренди, обираючи етичне споживання та благодійні ініціативи. За результатами соціологічного дослідження від компанії Gradus Research кількість людей, які купують товари українського виробництва зросла з 69% (грудень, 2022 рік) до 74% (березень, 2024 рік) (Gradus Research, 2024). Таким чином, освітній рівень впливає як на споживчі звички, так і на громадянську позицію споживачів.

Отже, освіта відіграє провідну роль в ідентифікації суспільства загалом і кожної окремої особистості. Вона формує споживчі інтереси людини, навчає аналізувати різні види реклами, брати відповідальність за власні дії та мислити самостійно, а також утворює різні види навичок, які допоможуть як у соціальному розвитку людини, так і економічному розвитку цілої країни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Об'єднання маркетологів України. (2025, February 17). Власні торгові марки: споживча поведінка студентської молоді <https://econom.knu.ua/2025/02/17/31620/>
2. Gradus Research. (2024). Споживчі тренди українців на третьому році великої війни. <https://gradus.app/uk/open-reports/consumer-trends-ukrainians-third-year-great-war-saving-money-becoming-more-picky-about-brands/>
3. National Bank of Ukraine. (2025, April 22). Українські підлітки мають початковий рівень фінансової грамотності – дослідження НБУ. <https://bank.gov.ua/ua/news/all/ukrayinski-pidlitki-mayut-pochatkoviyy-riven-finansovoyi-gramotnosti--doslidjennya-nbu>
4. Шуст, Н. Б. (2022). Соціологія торгівлі та брендингу як окрема спеціалізація в галузі соціально-поведінкових наук. Соціальні технології: Актуальні проблеми теорії та практики, 94, 75–84. <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2022.94.6>
5. Шуст, Н. Б., & Дубовик, С. М. (2023). Роль соціогуманітарних знань у процесі економічного відновлення України. In Н. В. Крохмаль (Ed.), Соціокультурні засади економіки і політики: взаємозв'язки, тренди, суперечності: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (16 листопада 2023 р., Київ, Україна). Державний торговельно-економічний університет. <https://doi.org/10.31617/k.knute.2023-11-16>
6. Shust, N., Semen, N., Bilohrats, K., Ivanytska, B., Pavlyshyn, N., & Hotsur, O. (2023). National strategy of information society in the realities of Ukraine. BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience, 14(2), 242–256. <https://doi.org/10.18662/brain/14.2/453>

Serdyuk Artem¹

Email: a.serdiuk@ukma.edu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306141>

Sociology and Contemporary Social Transformations: Proceedings of the 18th All-Ukrainian Conference of students and young scientists with international participation (Kyiv, Taras Shevchenko National University of Kyiv, November 10-11, 2025). – Kyiv: Naukova Stolitsia, 2026. – 129 p.

Agent-Based Modeling of Ukraine's Organizations' Response to Full-Scale russian Invasion of Ukraine

The russian invasion of Ukraine in February 2022 created challenges for organizational adaptation. Ukrainian organizations faced a prolonged crisis that required managing survival, continuity, and transformation. Research with 22 Ukrainian organizations showed that most experienced operational disruption from which they recovered within two months, then transformed their operations to function under new conditions (Serdyuk, 2023). Agent-based modeling captures emergent behaviors from agent interactions under varying rules and constraints, but most models were developed for stable environments or short-term disruptions. This paper analyzes agent-based organizational models, evaluating their applicability to prolonged conflict situations with distinct phases and multiple demand types.

To evaluate the applicability of existing models to the Ukrainian context, we first establish the theoretical foundations of organizational adaptation to disasters. Organizations respond to disruptions in different ways. The Disaster Research Center typology describes four types of responses to a disruption (Dynes, 1970). Established responses occur when no changes in organizational structure happen. Expanding responses require more resources to accomplish the same tasks. Extending responses occur when an organization adds new parts that extend its functions. Emerging responses appear when new structural forms and tasks emerge to cope with the disruption.

Gary Kreps proposed a structural approach based on four elements where domains and tasks represent the structural ends of the organization, while resources and activities represent the structural means (Kreps & Bosworth, 2007). In regular situations, an organization forms from domains to tasks to resources to activities in D-T-R-A order. During disruption, the order inverts to A-R-T-D, moving from actions relevant in the emergency situation to resources, with later structuration into corresponding tasks and new domains.

When a disaster disrupts organizational operations, it brings to life new demands. Researchers distinguish demands generated by a disaster agent and those caused by an organization's efforts to manage the disaster (Quarantelli, 1997). The first are called agent-generated demands, and the second are response-generated demands. Agent-generated demands require a tactical or contingency approach because they are specific to the disaster agent, and responses can only be partly anticipated beforehand (Quarantelli, 1997). Response-generated demands could

¹ Postgraduate student, sociology, National University «Kyiv-Mohyla Academy».

potentially be foreseen and should be included in organizational contingency planning.

Research on 22 Ukrainian organizations revealed adaptation challenges differing from single-shock disasters assumed by most models (Serdyuk, 2023). Most organizations recovered operationally within two months, transforming the initial crisis into operations under new conditions.

Six demand classes emerged. Agent-generated demands («army support» and «employee safety») arising from the invasion are represented by military responses structured into roles within 2-3 months; safety required improvisation beyond the COVID-19 experience. Response-generated demands («stressed people» and «social responsibility») emerged from disaster management, such as burnout support and conscription obligations, enabled repurposing COVID-19 structures. HR roles expanded dramatically. Environment-generated demands («cost cutting» and «new markets») resulted from market shrinking, supply chain breakdown, and personnel shortage.

Responses aligned with DRC typology (Dynes, 1970): established structures maintained routines; expanding structures added resources; extending structures created new divisions; emergent structures formed novel arrangements (military suppliers, volunteer networks, dual-mode operations). The A-R-T-D sequence (Kreps & Bosworth, 2007) formalized improvised activities into permanent domains.

Adaptation unfolded across distinct phases. Immediate phase (February–April 2022): crisis response with 10 million displaced; agent-generated demands primed responses. Acute phase (April–October 2022): sustained resistance, infrastructure repair, balancing continuity with military support; agent-generated demands prevailed. Chronic phase (November 2022–2024): dual-mode operations; response-generated demands prevailed (Serdyuk, 2023). Recovery phase (future): reconstruction and transformation. Unlike natural disasters, which have sequential phases, invasion requires the simultaneous management of survival, resistance, and planning. Each phase exhibits distinct patterns of agent-generated versus response-generated demand. Existing agent-based models partially address Ukrainian organizational adaptation patterns but have significant gaps.

Epstein's model (2003, implemented by Hall, 2012) treats organizations as hierarchies with 20-parameter genomes that shift between flat (market) and tall (command-and-control structures) based on environmental demands. Hybrid objectives produce oscillating rather than stable configurations. This illuminates the bottom-up restructuring of Ukrainian organizations and their shifting between normal and crisis modes, but fails to capture the war-phase dynamics, the distinction between agent-generated and response-generated demands, or the formalization of improvisation into permanent structures.

SKIN (Gilbert, Pyka, & Ahrweiler, 2001) models adaptation through knowledge structures («kenes») and innovation. Firms pursue incremental or radical research and form partnerships around complementary knowledge. Calibrated with 21 parameters against telecommunications/biotechnology cases, it

found that policy affects network evolution and multiple disaster-response networks form naturally. This explains the emergence and adaptation strategy diffusion of volunteer coordination. The radical distinction parallels repurposing COVID-19 protocols versus military supplier transformations. However, SKIN lacks crisis response mechanisms, hierarchical coordination structures, and phase-dependent adaptation logic.

WorkSim (Kant, Ballot, & Goudet, 2020) represents labor market dynamics using 56 parameters that match 63 French targets, reproducing the Beveridge, Phillips, and Okun curves. It emphasizes institutional importance and contract segmentation. This provides insights into retention challenges, conscription impacts, and dual labor arrangements during a crisis. However, it assumes stable environments, lacks crisis mechanisms, and provides limited representation of organizational structure.

EURACE simulates European economies with heterogeneous agents across regions, illustrating how local interactions give rise to macroeconomic phenomena. However, computational complexity and treating firms as production functions rather than adaptive organizations limit applicability.

All models overlook the distinction between agent-generated and response-generated demand, which is fundamental to Ukrainian decision-making (Serdyuk, 2023). They assume short-term disruption rather than multi-phase conflict, ignore adversarial environments opposing adaptation, exclude international intervention dimensions, cannot manage overlapping survival-to-planning timeframes, and lack representation of the formalization process (improvisation – resources – tasks – domains).

Given the gaps identified in existing models, we propose a NetLogo model that addresses these limitations by integrating features specific to prolonged military conflict. The event flow of the proposed model is shown in Figure 1.

The model simulates Ukrainian organizational adaptation through six agent types representing organizations, demands, resources, volunteers, state actors, and international actors. Organizations are classified according to the DRC typology, as established, expanding, extending, or emergent, based on demand pressure and resource strain, rather than being assigned to fixed categories. The model implements mechanisms absent from existing approaches. The A-R-T-D process tracks progression from improvised activities through resource mobilization and task formalization to domain establishment, with entries moving from activities to tasks to domains as formalization occurs. Phase-dependent adaptation modifies environmental parameters across the immediate, acute, chronic, and recovery phases, with transitions altering threat levels, international support availability, and the intensity of market disruption. Dual demand processing allows organizations to handle agent-generated and response-generated demands using different priority rules, with agent-generated demands receiving priority in the immediate and acute phases. The model captures the formation of volunteer networks, organizational partnerships based on trust and proximity, international support networks with bureaucratic delays, and state coordination networks based on priority alignment.

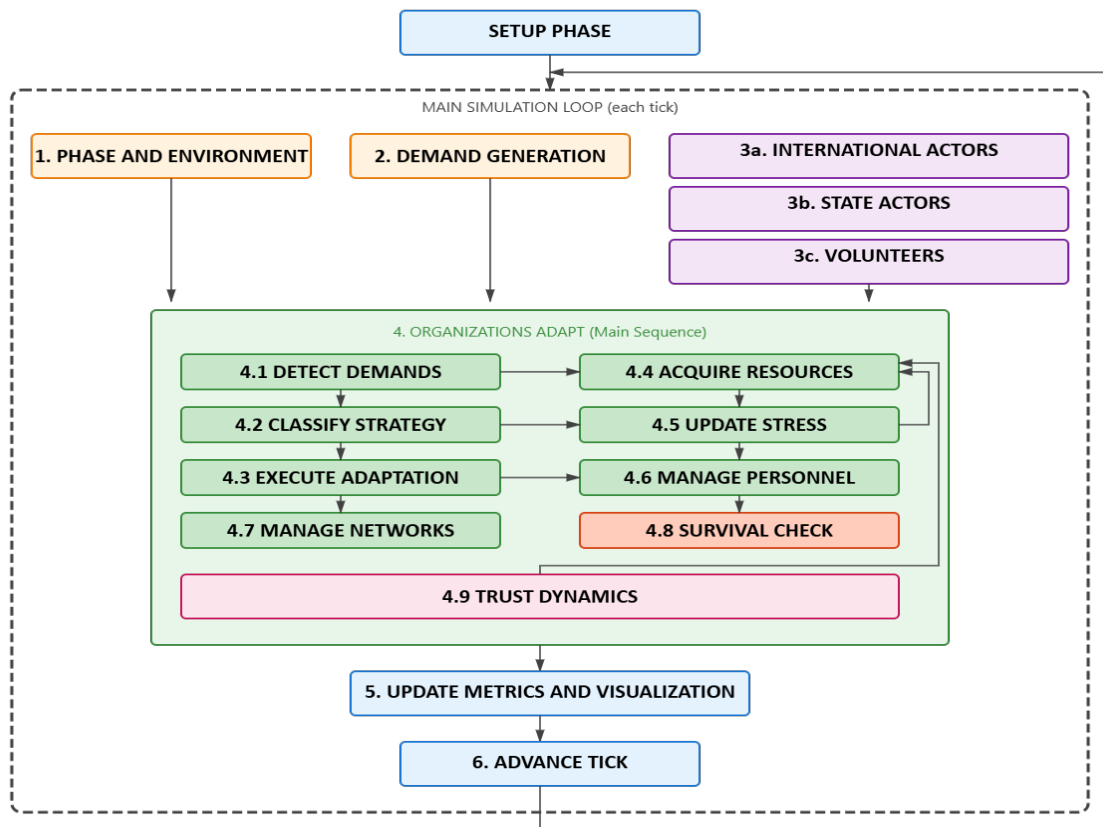


Fig. 1. Event Flow of the Ukrainian Organizations' NetLogo Model

The model is calibrated qualitatively to match patterns from research with 22 Ukrainian organizations (Serdyuk, 2023), including recovery time distribution with most organizations recovering within two months, phase transition timing, demand type distribution with agent-generated demands concentrated in immediate and acute phases, and adaptation success rates varying by demand type with higher success for familiar demands where COVID-19 protocols could be repurposed.

The proposed NetLogo model advances organizational adaptation theory by synthesizing multiple perspectives within an architecture grounded in Ukrainian reality. By integrating phase-dependent environmental dynamics, dual demand processing with different priority rules by phase, structure classification based on real-time conditions, and formalization tracking, the model captures complexity absent from existing frameworks. The model explains phenomena such as HR domain expansion, COVID-19 protocol reuse, formalization of military support, and dual-mode operation that emerge from Ukrainian organizational experiences.

Further research should focus on calibrating and validating the model on data from the further phases of the war. This would allow for testing the model's predictive capacity and refining its mechanisms based on organizational adaptation patterns that emerge in later stages of the conflict.

REFERENCES

1. Dynes, R. R. (1970). *Organized behavior in disaster*. Heath Lexington Books.
2. Epstein, J. M. (2003). *Growing adaptive organizations: An agent-based computational approach* (SFI Working Paper 2003-05-029). Santa Fe Institute.
3. Gilbert, N., Pyka, A., & Ahrweiler, P. (2001). Innovation networks – A simulation approach. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 4(3), Article 8.
<http://jasss.soc.surrey.ac.uk/4/3/8.html>
4. Hall, S. (2012). *Adaptive organizations* (NetLogo Model) [Computer software].
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33696.81929>
5. Kant, J.-D., Ballot, G., & Goudet, O. (2020). WorkSim: An agent-based model of labor markets. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 23(4), Article 4.
<https://doi.org/10.18564/jasss.4396>
6. Kreps, G. A., & Bosworth, S. L. (2007). Organizational adaptation to disaster. In H. Rodriguez, E. L. Quarantelli, & R. R. Dynes (Eds.), *Handbook of disaster research* (pp. 297–315). Springer.
7. Quarantelli, E. L. (1997). Ten criteria for evaluating the management of community disasters. *Disasters*, 21(1), 39–56.
8. Serdyuk, A. (2023). Organizational adaptation to a disruption caused by the full-scale Russian invasion of Ukraine. *NaUKMA Research Papers. Sociology*, 6, 39–49.
<https://doi.org/10.18523/2617-9067.2023.6.39-49>

Соболевська Дарина¹

Email: darysiko3@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306162>

Сприйняття побутової (відчуваної) безпеки міського простору Києва в умовах війни

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Почуття страху та небезпеки супроводжує людину на всіх етапах її життя, слугуючи певним поштовхом до створення більш безпечного середовища. Міський простір та спосіб життя пропонує безліч можливостей для саморозвитку та самореалізації, але водночас створює і багато чинників, які провокують відчуття небезпеки. Саме міське середовище виступає найбільш мінливим та непередбачуваним, оскільки такі його характеристики, як інтенсивність та анонімність соціальних контактів; підвищена мобільність; нестійкість соціального статусу; відмирання традиційних сусідських стосунків створюють умови для відчуття індивідами самотності, невизначеності, вразливості, страху та небезпеки (Wirth, 1938). Цікаво, що люди, які проживають в містах чи районах, які не дають можливості розвивати сусідську спільноту, тобто де ніхто нікого не знає, або в сучасних «гетто» — мають більші шанси розвинути психічну хворобу. Натомість, простори, які дозволяють почуватися в безпеці, живучи наповну, сприяють психічному здоров'ю містян (МОЗ України). Метою даної роботи є аналіз літератури для підготовки майбутнього емпіричного дослідження, сфокусованого на сприйнятті побутової (відчуваної) безпеки у міському просторі Києва.

Традиційно дослідження (не-)безпеки у міському просторі може бути організовано у двох різних вимірах: об'єктивному та суб'єктивному. Перший вимір — об'єктивна небезпека — включає фактичну інформацію про злочинність, яку можна отримати за допомогою офіційної статистики. А от другий вимір стосується страху злочинності, сприйняття ризику та поведінку, пов'язану з безпекою (Cardoso et al., 2019). Безпека — це не просто низький рівень злочинності. Це відчуття, коли ви йдете додому в сутінках, не озираючись, або залишаєте велосипед біля магазину без страху, що його викрадуть.

Сприйняття (не-)безпеки, як на індивідуальному, так і на колективному рівні, стосується сприйняття індивідами середовища, в яке вони потрапляють, що є результатом їхньої інтерпретації ризиків або небезпек, зроблених у певний час і у певному контексті. Це, у свою чергу, перетворюється на конкретне сприйняття загрози насильства (Lourenco, 2009). Через поширеність деяких соціальних проблем у містах, таких як безробіття, соціальна ізоляція, нестабільність у сім'ях та соціальних мережах, це переважно міське явище (Carro et al., 2010). Сприйняття (не-)безпеки включає

¹ Студентка магістратури, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

ознаки фізичних та соціальних правопорушень, а також страх та занепокоєння щодо порядку, що впливає на індивідуальне та колективне благополуччя (Lourenco, 2010).

Академічна література чітко демонструє, що суб'єктивне сприйняття безпеки (або її відсутність) часто не пов'язане безпосередньо з фактичними статистичними даними про злочинність (Farrall, 2014; Jackson, 2009; Cheryl L. Thayer-doyle, 1986). Натомість, це сприйняття формується під впливом соціальних та фізичних характеристик середовища.

Яскравою ілюстрацією цьому є дані, представлені в діаграмі Девіда Валдрона (Waldron, 2023), що базується на опитуванні Gallup (Gallup, 2023). Наведена діаграма порівнює об'єктивний показник насильницьких злочинів (рівень вбивств на 100 тис. населення) із суб'єктивним сприйняттям безпеки (% мешканців, які вважають місто безпечним) у великих містах США. Поглянемо на м. Нью-Йорк. Він має один із найнижчих показників вбивств (5 на 100 тис. населення), що об'єктивно робить його одним із найбезпечніших міст із переліку. Однак суб'єктивно його вважають безпечним лише 41% опитаних. По суті, немає жодного зв'язку між сприйняттям міста безпечним та рівнем убивств у ньому. Рисунок 1 також підкреслює, що на сприйняття впливають не лише фізичні характеристики середовища, але й медійний дискурс та політична поляризація (про що свідчить різюча відмінність у сприйнятті між демократами та республіканцями).

Perceptions of Safety Unrelated to Crime

City murder rate (per 100k) vs. percent of people saying it is safe to live in city.

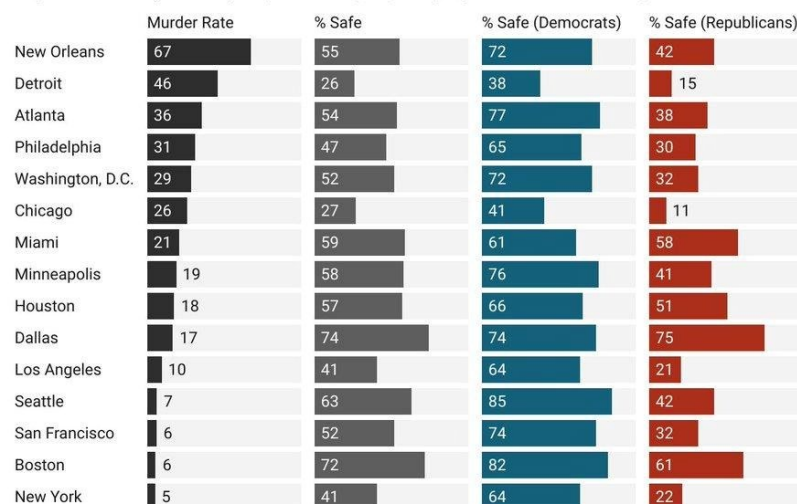


Chart: David Waldron • Source: 2023 Gallup survey, 2022 Datalytics crime • Created with Datawrapper

Рисунок 1. Сприйняття безпеки не пов'язане зі злочинністю (Waldron, 2023)

Стать є найпотужнішим предиктором страху перед злочинністю. Жінки загалом повідомляють про вищий рівень страху перед злочинністю, ніж чоловіки, тоді як офіційна статистика показує, що чоловіки у більшості правопорушень частіше стають жертвами злочинів. Виникає парадокс, оскільки жінки мають вищий рівень страху, але менше стають жертвами. Це називають «fear-crime paradox». Існує кілька пояснень цьому. Одне з них

полягає в тому, що жінки, як правило, менш здатні відбиватися від нападника, а інше – що жінки соціалізовані більше, щоб турбуватися про небезпеку з боку незнайомих, а також змінювати свою поведінку, щоб її уникнути (Stanko, 1993). Це пов'язано з ширшою тенденцією батьків та інших дорослих, які з раннього віку соціалізують дівчаток, щоб вони були більш боязкими (Webster, 2016).

Класичні урбаністичні теорії заклали фундамент для розуміння цього зв'язку. Зокрема, теорія «розбитих вікон» стверджує, що видимі ознаки злочинів, антисоціальної поведінки та громадських правопорушень (графіті, сміття, покинуті будівлі) сигналізують про відсутність соціального контролю і, як наслідок, посилюють страх мешканців. Це також сприяє подальшій злочинності та заворушенням, включаючи серйозні злочини (Wilson & Kelling, 1982). На противагу цьому, американська письменниця Джейн Джекобс у своїй теорії «очі на вулиці» наголошувала, що активне громадське життя та постійна присутність людей у громадських просторах є ключовим фактором природного нагляду та підвищення відчуття безпеки (Jacobs, 1961).

Сучасні дослідження тільки підтверджують та деталізують цей зв'язок. Наприклад, у роботі польських дослідників «Safe and Sustainable City: Exploring the Impact of Urban Factors on Crime Occurrence» аналізується, як конкретні урбаністичні фактори, такі як стан будівель, зручності громадського простору наявність зелених зон та комунікаційної інфраструктури, безпосередньо впливають на рівень злочинності (Cysek-Pawlak et al., 2025).

Переважає більшість цих досліджень проведена в умовах мирного часу. Український контекст, і особливо досвід Києва як столиці, що живе в умовах повномасштабної війни, є унікальним. Відчуття (не-)безпеки мешканців неминуче формується під тиском воєнних загроз, зокрема ракетних обстрілів, атак БПЛА, повітряних тривог, диверсійних ризиків. Цей фактор війни створює методологічну проблему, «замілюючи» та потенційно витісняючи традиційні страхи, пов'язані з побутовою злочинністю.

Наразі бракує досліджень, які б намагалися виміряти це суб'єктивне відчуття небезпеки та виокремити саме сприйняття побутових загроз у контексті війни. З цього виникає питання: *Як саме мешканці сприяють міський простір з точки зору почуття суб'єктивної безпеки?* Що робить його більш безпечним чи небезпечним? Це скоріше урбаністичні фактори (освітлення, занедбаність будівель), соціальні («очі на вулиці») чи безпосередньо пов'язані з війною (впровадження комендантської години, частіше патрулювання вулиць правоохоронними органами). Гіпотетично, освітлення вулиць у темний час доби набуває нового значення в умовах блекаутів, так само як час доби, де повинна враховуватись комендантська година.

Особливий акцент планується зробити на досвіді молодих жінок, що дозволить висвітлити гендерний аспект цієї проблеми, адже, відповідно до вище згаданої літератури, саме жінки часто відчувають вищий рівень вразливості і страх перед злочинами, ніж насправді стають жертвами цих злочинів. Оскільки я, як дослідниця, належу до цільової групи (молода жінка,

мешканка Києва), існує високий ризик суб'єктивності. Для контролю впродовж усього польового етапу буде вестися рефлексивний польовий щоденник для фіксації власних емоцій та реакцій під час інтерв'ю та проведення консультацій із науковим керівником та експертами у темі злочинності.

Варто зазначити, що під побутовою безпекою я розумію суб'єктивне почуття захищеності індивіда від невоєнних, кримінальних та антисоціальних загроз у повсякденних міських практиках (наприклад, пограбування, напад, переслідування, хуліганство, вандалізм, розпивання алкоголю на вулиці, сексуальне домагання, вуличні бійки і насилля), на відміну від загроз, пов'язаних безпосередньо з бойовими діями.

Навіть під час війни, життя у місті триває, і запит на «нормальну» цивільну безпеку не зникає, а лише трансформується. Розуміння тих факторів, які впливають на сприйняття (не-)безпеки стануть підґрунтям для подальших досліджень на схожу тематику.

ЛІТЕРАТУРА

1. Міністерство охорони здоров'я України. (н.д.). *Як міський простір впливає на психічне здоров'я*. <https://moz.gov.ua/uk/jak-miskij-prostir-vplivae-na-psihichne-zdorovja>
2. Wirth, L. (1938). Urbanism as a way of life. *American Journal of Sociology*, 44(1), 1–24.
3. Cardoso, C. S., Castro, J., & Guedes, I. (2019). Urban security and criminality. In *Criminologia e reinserção social* (pp. 73–92). Pactor.
4. Farrall, S. (2014). Fear of crime. In *The encyclopedia of theoretical criminology*. Wiley-Blackwell. doi.org
5. Jackson, J. (2009). A psychological perspective on vulnerability in the fear of crime. *Legal and Criminological Psychology*, 14(2), 355–365. doi.org
6. Webster, E. S. (2016, March 31). *Girls are raised to be more afraid of things than boys are, studies say*. Teen Vogue. <https://www.teenvogue.com/story/culture-teaches-girls-more-afraid-than-boys>
7. Stanko, E. A. (1993). *Ordinary fear: Women, violence, and personal safety*. Violence Against Women. <https://www.ojp.gov/ncjrs/virtual-library/abstracts/ordinary-fear-women-violence-and-personal-safety-violence-against>
8. Thayer-Doyle, C. L. (1986). *Fear of crime and women: An analysis of a paradox (Louisiana)* [Doctoral dissertation, Louisiana State University]. LSU Historical Dissertations and Theses. https://repository.lsu.edu/gradschool_disstheses/4330/
9. Carro, D., Valera, S., & Vidal, T. (2010). Perceived insecurity in the public space: Personal, social and environmental variables. *Quality & Quantity*, 44(2), 303–314. <https://doi.org/10.1007/s11135-008-9200-0>
10. Lourenço, N. (2009). Security, feeling of insecurity and the state of law: The axial spectrum of the relationship of rights, freedoms and guarantees and powers of the state. In *Liberdade e Segurança* (pp. 81–92). Ministério da Administração Interna.
11. Lourenço, N. (2010). Cities and feeling of insecurity: Urban violence or urban insecurity? In *Eficiência e qualidade na gestão da defesa social* (pp. 15–39). Secretaria de Estado da Defesa Social.
12. Waldron, D. (2023). *Perceptions of safety in cities are mostly unrelated to murder rates*. [Оберіть тип джерела, наприклад: Article/Report].
13. Gallup. (2022, August). *Americans rate Dallas and Boston safest of 16 U.S. cities*. <https://news.gallup.com/poll/509801/americans-rate-dallas-boston-safest-cities.aspx>

14. Wilson, J. Q., & Kelling, G. L. (1982, March). Broken windows: The police and neighborhood safety. *The Atlantic Monthly*.
15. Jacobs, J. (1961). *The death and life of great American cities*. Random House.
16. Cysek-Pawlak, M. M., et al. (2025). Safe and sustainable city: Exploring the impact of urban factors on crime occurrence. *Sustainability*, 17(5), <https://doi.org/10.3390/su17051866>

Тєнін Павло¹

Email: pavlo.tienin@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306221>

Ставлення до вищого духовенства та керівництва релігійних організацій в контексті вимірювання довіри в сучасному українському релігійному полі

Соціологія та сучасні соціальні трансформації. Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції з міжнародною участю «Соціологія та сучасні соціальні трансформації», 10-11 листопада 2025 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 129 с.

В останні роки навколорелігійне питання отримало відчутно більшої ваги як в науковому, так і загальному суспільному дискурсі. Це пов'язане з суттєвими змінами в релігійному полі після надання Томосу, створення ПЦУ та повномасштабного російського вторгнення 2022 року, внаслідок чого відбувалися численні релігійні переходи (як індивідів, так і цілих парафій). Це здійснювалося також на фоні питань національної безпеки та загального напруження між державними органами та УПЦ(МП): розслідування СБУ та журналістів щодо можливих колаборацій окремих священиків з російською владою, конфлікт за володіння церковною нерухомістю (зокрема, Києво-Печерською Лаврою) та в цілому питання юридичного найменування та організаційного підпорядкування УПЦ(МП).

Метою даної роботи є приділення уваги до питання вимірювання ставлення до вищого прошарку релігійних організацій у загальному ставленні населення до церкви. Можна припустити, що взагалі має зміст моніторити показники, пов'язані з вищим духовенством, окремо; і що вони є неабияким чинником формування загальної довіри до церкви. Методологічно, ми спираємося на вторинні дані соціологічних досліджень, проведених, у першу чергу, Київським міжнародним інститутом соціології (надалі КМІС) та Центром Разумкова у 2022-2024 роках.

Вище духовенство в соціологічному дискурсі. В цілому соціологія релігії зазвичай оперувала наступними термінами та підходами:

А) «середньостатистичний священик»: опис портрету релігійного актора, механіки його взаємодії з суспільством, що тягнеться ще від веберіанської концепції харизматичного лідера (Weber, 1987: р.1112). Цей підхід, хоч і відштовхується від понять харизми і лідерства, в процесі соціологічного узагальнення «розмиває» це лідерство, надаючи його кожному проповіднику, а відтак діянню конкретно папської курії чи православного патріарха його менше цікавлять. Щоправда, до реального керівництва релігійних організацій він таки торкається в тих роботах, що пов'язані з сучасними сектами, особливо тих, що побудовані на діяльності харизматів (Миронович, 2009: с.14)

¹ Аспірант, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Б) інституційно-деперсоналізований підхід: тут акцент на інституті в цілому, а тому харизматичний лідер з нього видаляється взагалі. Церква тут виступає загальним аморфним паноптикумом, причому як в мікро-, так і в макросоціологічному баченні: навіть акторо-орієнтовані теорії не концентруються на лідерстві, а радше аналізують загальні механізми інституціоналізації та хабітуалізації. Дискурс про секуляризацію (та її критику) також здебільшого ігнорує питання лідерства.

В) опис релігійних лідерів (як і лідерів в цілому) найбільше представлений в соціології організацій. Саме розглядаючи релігійне утворення на мезо-рівні, дослідники здатні найкраще досягнути та відділити конкретно вищий щабель організації. Зокрема, в теорії релігійних ринків (Cirigliani, 2000: p.215), користуючись, власне, метафорою ринку, Р.Старк та Р.Фінке аналізують релігійні організації як «компанії» чи «підприємства» з конкуренцією, інноваціями, а також зі своїми аналогами СЕО, як і ініціюють ці інновації та включення боротьбу. Цей підхід, характерний для американського релігійно плюралістичного ринку, також можна екстраполювати й на українські реалії з конкуренцією патріархатів.

Роль керівництва релігійних організацій в умовах російсько-української війни. Після початку повномасштабного вторгнення в 2022 році по-новому актуалізувалася й роль вищого духовенства. Відтепер його важливою функцією стала не лише менеджеріальна, але й комунікаційна. В образі церкви для вірянина (чи навіть для невіруючого) окреме місце став посідати образ, репутація та правильна (чи навпаки, неправильна) комунікація очільника. Традиційні фактори, такі як звичка, намоленість церкви, релігія власних батьків, дії священників «на місцях» залишилися на місці, проте увага до вищого духовенства значно зросла. Так, за даними Google Trends, в пошукових запитах увага до митрополита Епіфанія (ПЦУ) зросла в 3.98 рази в 2023 році порівняно з 2020 роком в цілому, а до митрополита Онуфрія (УПЦ) в 4.63 рази.

Окрім того, в українському амбівалентному релігійному полі, незважаючи на високий рівень суспільної довіри до церкви (61% в 2022 році, за даними Центру Разумкова), натомість моральним авторитетом її вважали лише 49%, а священнослужителів вважали глибоко моральними й духовними особами вважали лише 23% (Разумков Центр, 2022). Причому в 2024 році церкву моральним авторитетом вважали ще менше (43%) при співставному рівні довіри до церкви (62%) (Разумков Центр, 2024). Тобто існує глибока розбіжність між сприйняттям церкви в цілому та сприйняттям духовенства та, зокрема, його моральності, і ця розбіжність поглиблюється.

Тут важливо також відзначити кілька моментів та агентів впливу на таку ситуацію, на які варто звернути увагу:

1. Комунікації митрополита Епіфанія та Онуфрія. В основному їх висловлювання щодо вторгнення, щодо їх релігійної конкуренції, щодо миру (та їх інтерпретації поняття «мир»), а також щодо легітимності статусу самої релігійної організації (як з точки зору світського українського права, так і з точки зору православного канонічного права). Проте не обмежуючись цими

темами: наприклад, сюди ж можна віднести, приміром, інтерв'ю Епіфанія щодо спільноти ЛГБТ+.

2. Діяння та висловлювання патріарха Кирила як очільника РПЦ, що часто повторювали риторику Кремля та легітимізували повномасштабне вторгнення (Horsfjord, 2024: p.378). Це в результаті має свій відбиток не лише на сприйнятті самої РПЦ, але й на ставленні до УПЦ(МП), оскільки між ними досі в населення стійка асоціація.

3. Розслідування СБУ та журналістів. Вони зазвичай ведуться в трьох площинах:

А) колаборація з російськими спецслужбами (як втікачі за кордон, так і всередині країни). Переважно справи колишнього топ-керівництва УПЦ(МП), приміром, справа митрополитів-утікачів: митрополит Івано-Франківський Серафим (Залізницький), Ізюмський Єлісей (Іванов), Роменський Іосіф (Масленніков) (Кошкіна, 2023) або ж розслідування Служби Безпеки України щодо інформантів та російського агентурного апарату;

Б) корупційні справи: розслідування щодо незаконного привласнення майна чи доходів, а також щодо неспівмірно розкішного життя керівників релігійних організацій — часто не лише у вигляді буквально розслідувань, а навіть просто публікацій фотозвіту обшуків в ЗМІ; в цьому контексті можна згадати й неофіційне народне прізвисько митрополита Павла (колишнього настоятеля Києво-Печерської лаври) «Паша-Мерседес», отримане ним за любов до дорогих автомобілів;

В) інтимні скандали та «поліція моралі»: окремий піджанр фотозвітів обшуків СБУ, де громадськості публікують закрите приватне життя духовенства, часто в ситуаціях, що зазвичай не має офіційного схвалення в самій церкві (приміром, контакти з хористами чи з неповнолітніми).

4. Риторика Ватикану: фактор, що є менш присутнім в українському дискурсі (радше локально важливий для греко-католицької спільноти заходу України), проте для міжконфесійного взаєморозуміння його варто відзначити. Деякі науковці окремо аналізували комунікації Папи Франциска, ватиканської преси щодо України, питань війни й миру, а також офіційне «мовчання» чи уникання папської курії певних тем (McLarren, 2024: p.98). Не залишають поза увагою ватиканську позицію й українські моніторинги: так, вони вимірювали обізнаність населення країни про діяльність Ватикану щодо України, позицію Папи Франциска та Лева XIV, довіру до них, ставлення до можливого візиту в Україну і навіть до потенційного політичного посередництва в переговорах щодо російсько-української війни (SOCIS, 2025).

Вимірювання ставлення до вищого духовенства. Зазвичай вимірювання релігійного поля в українській соціологічній традиції йшло стандартним шляхом, тобто на рівні загального інституту. Довіра до церкви була і є доволі амальгамованим індикатором, що в умовах сучасної релігійної конкуренції та різних патріархатів є не зовсім коректним (Тенін & Сальнікова, 2025: с. 60).

З іншого боку, в останні роки відбувається все більше спроб введення моніторингу церковного топ-менеджменту або ж принаймні його врахування в вимірюванні. Приміром, КМІС навіть у своїх формулюваннях запитань щодо самої церкви почав спеціально додавати ім'я предстоятеля церкви — для більш чітких асоціацій («Як Ви вважаєте, якою має бути зараз політика влади України щодо Української Православної Церкви Московського Патріархату (глава — Онуфрій)?») (Грушецький, 2024). Або ж, наприклад, в дослідженні релігійної самоідентифікації українців цілий розділ був присвячений потенційному об'єднанню патріархатів та, зокрема, того православного ієрарха, який найкраще відповідає посаді глави єдиної Православної Церкви в Україні (в 2024 році 50% респондентів обрали митрополита Епіфанія, а лише 6% митрополита Онуфрія) (Грушецький, 2024).

Нарешті, соціологічні опитування потрохи стараються вводити і пряме вимірювання довіри до керівництва релігійних організацій. Так, Центр Разумкова вимірював довіру до митрополита Епіфанія, митрополита Онуфрія, патріарха Філарета, архиєпископа Святослава, патріарха Кирила, Вселенського патріарха Варфоломія, Папи Римського Франциска (Разумков Центр, 2021) та Папи Римського Лева XIV (SOCIS, 2025). Найвищий з них рівень довіри мав митрополит Епіфаній (49.7%). І, що характерно, навіть ця найвища цифра була більш ніж на 10% нижчою за довіру до церкви в цілому, тобто, по суті, ставлення до ієрархів є ахіллесовою п'ятою в загальному відношенні до церкви, точкою, що потенційно може тягнути довіру і репутацію вниз. В 2025 році рівень довіри до Епіфанія став ще нижчим (40.2%) (SOCIS, 2025). Більш того, серед тих, хто не вважає церкву моральним авторитетом, серед причин домінуючою є відповідь, що саме ієрархи церков не є взірцями моральності (43.7%) (Разумков Центр, 2021).

Висновки та подальший потенціал. Тим не менш, ці спроби вимірювання ставлення до ієрархів залишаються спорадичними та несистемними, а відтак, з ними складно будувати реальні каузальні моделі, знаходити статистичний вплив та зв'язки.

В розумінні місця ставлення до вищого духовенства варто розуміти той факт, що довіра до персони є нижчою за довіру до інституту, а тому є однією з больових точок, які варто моніторити частіше та більш системно. Інститут церкви необхідно розглядати не як моноліт, а як мультишарову структуру, в Україні ще й наповнену внутрішньою конкуренцією за паству, а в умовах повномасштабного вторгнення — ще й пов'язану з численними позацерковними акторами і дуже тісно переплетену з питаннями національної безпеки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Cipriani, R. (Ed.). (2000). *Sociology of Religion: An Historical Introduction* (1st ed.). Routledge., 2000. p.72-215. DOI: 10.4324/9781003058816
2. Horsford, V.L. (2024). *Patriarch and Patriot: History in Patriarch Kirill's Sermons in the First Year of the Full-Scale War in Ukraine*, Religion, State & Society, 52:4, 367-382, DOI: 10.1080/09637494.2024.2353417

3. McLaren, K. (2024). *The Silence of the Roman Catholic Church on the Ukraine War*, *The Review of Faith & International Affairs*, 22:1, 97-101, DOI: 10.1080/15570274.2023.2261711
4. SOCIS (2025). *Соціально-політична ситуація в Україні – червень 2025*. URL: <https://socis.kiev.ua/wp-content/plugins/pdfjs-viewer-shortcode/pdfjs/web/viewer.php?file=/wp-content/uploads/2025/06/2025-06-25.pdf>
5. Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkeley, CA: University of California Press., 1978. p.1111-1119.
6. Грушецький, А. (2024). *Релігійна самоідентифікація українців, ставлення до створення єдиної Православної Церкви та до Закону про заборону окремих релігійних організацій*. КМІС. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1443&page=1>
7. Грушецький, А. (2024). *Якою має бути політика влади та довіра до Української Православної Церкви (Московського Патріархату)*. КМІС. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1404&page=1>
8. Кошкіна, С. (2023). *Московський монастир для українських зрадників?* URL: https://lb.ua/blog/sonya_koshkina/545248_moskovskiy_monastir.html?fbclid=IwARowqro3shKJz6usdhr7GOYlg5EiS6PihRVcdglRQjBQNI1Y2rkuIqNU6o
9. Миронович, Д.В. (2009). *Головні тенденції та специфіка розвитку новітніх релігійних організацій в Україні (на прикладі неопротестантських груп)*: автореф. дис. канд. соціол. наук: 22.00.04 / Д.В. Миронович ; Ін-т соціол. НАН України. — К., 2009. — 17 с.
10. Разумков Центр (2021). *Особливості релігійного і церковно-релігійного самовизначення громадян України: Тенденції 2000-2021 рр.* URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2021_Religiya.pdf
11. Разумков Центр (2022). *Війна і Церква. Церковно-релігійна ситуація в Україні 2022 р. (листопад 2022 р.)*. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/viina-i-tserkva-tserkovnoreligiina-sytuatsiia-v-ukraini-2022r-lystopad-2022r>
12. Разумков Центр (2024). *Українське суспільство, держава і церква під час війни. Церковно-релігійна ситуація в Україні-2024*. URL: <https://razumkov.org.ua/images/2025/01/28/2024-Religiya-religion-FIN.pdf>
13. Тенін, П., Сальнікова, С. (2025). *Потенціал застосування поняття довіри до вивчення релігійного поля України в умовах соціальної амбівалентності*. Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. Вип. 2(66) 2025. с.53-63. DOI: 10.20535/2308-5053.2025.2(66).337622

Tomar Bhanu Pratap Singh¹

Email: tomarbhanupratapsingh@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20426472>

Sociology and Contemporary Social Transformations: Proceedings of the 18th All-Ukrainian Conference of students and young scientists with international participation (Kyiv, Taras Shevchenko National University of Kyiv, November 10-11, 2025). – Kyiv: Naukova Stolitsia, 2026. – 129 p.

Bride Renaming as Onomastic Reclassification: Symbolic Violence and Kinship Incorporation among the Hindu Sindhis

My research examines the social authority to rename women after marriage among the Hindu Sindhi community, where brides change their entire name rather than only their surname. It treats post-marital renaming as a symbolic process of incorporating the woman into her husband's family, and argues that the practice is not merely a cultural custom but a mechanism through which identity, belonging, and patriarchal authority are socially organized and imposed on women. Sociologically, a first name is a fundamental basis of personal identity and lifelong recognition; altering it at marriage therefore amounts not to a ritual gesture but to a radical redefinition of a woman's social identity, marking her absorption into the husband's kin group.

Changing a bride's first name is more consequential than changing a surname, because it affects the most intimate marker of personhood. Drawing on the sociology of naming, the study argues that names are never neutral labels: the power to rename is the power to redefine social identity. Most existing literature, however, focuses on surname change in Western societies, leaving first-name change sociologically underexplored – the principal gap this research addresses. Beyond symbolic erasure, the practice produces tangible administrative burdens: discrepancies between birth and marriage documents can create bureaucratic and legal difficulties that fall on women but not on men. Aligning with feminist theory, the study argues that patriarchy is reproduced and naturalized less through legal force than through everyday custom, with marital renaming as one of its mechanisms.

The practice persists among the Sindhis, an economically prosperous minority, despite their wealth and global mobility – which raises the sociological question of whether such rituals are harmless traditions or instruments of patriarchal control. The bride's new name is selected on astrological grounds and framed as auspicious for the husband's family. The dowry system reinforces compliance: refusing a new name can be read as a cultural affront even in affluent families. Many women therefore rationalize compliance in exchange for marital stability and social acceptance, while those who retain their original names may face social exclusion and reduced marriageability. Modernity introduces room for negotiation and individual agency but does not dissolve these structures.

¹ Master's student in sociology, : Institute of Social and Political Sciences (ISCSP), University of Lisbon, Portugal

The research does not portray women as passive victims; it examines the interplay between structural patriarchal power and female agency, reinterpretation, and selective resistance. Its main contribution is to connect first-name change directly to kinship and patriarchy through feminist sociology and kinship theory.

Because marital renaming is a multidimensional practice – cultural, symbolic, gendered, and political – a single theoretical lens is insufficient. The study therefore combines feminist sociology with anthropological kinship theory, drawing on Pierre Bourdieu, Judith Butler, Deniz Kandiyoti, and Claude Lévi-Strauss. Bourdieu's concept of symbolic violence explains how systemic inequality comes to be accepted as natural: renaming appears culturally normative and auspicious while functioning to reproduce patriarchal authority. Butler's theory of gender performativity frames marital femininity as socially produced and reinforced through repeated ritual practice, including renaming and corresponding forms of address. Kandiyoti's notion of the patriarchal bargain accounts for women's agency: participation does not signify ideological endorsement but a strategic navigation of rigid kinship expectations in pursuit of stability, legitimacy, and belonging. Lévi-Strauss's alliance theory shows how marriage creates structural alliances between kin groups, with renaming serving as the bride's symbolic incorporation into her husband's lineage.

Synthesizing these perspectives, the study proposes an integrated model that operates as a sequence: marriage initiates a kinship alliance, which grants the husband's family the authority to rename the bride; this renaming performatively produces her identity as a wife and signals her incorporation into the family, while setting the terms within which she must continually negotiate her agency.

Methodologically, the research adopts a social-constructionist, interpretivist approach, prioritizing the meaning of renaming over its statistical frequency. The design is qualitative and theory-driven, based on secondary-data analysis of peer-reviewed articles, scholarly books, dissertations, and relevant legal and ethnographic materials, processed through thematic analysis and source triangulation. The literature is organized into core analytical themes: symbolic transfer, kinship authority, gender performativity, internalization, and patriarchal negotiation.

The analysis yields four findings. First, renaming functions as symbolic transfer: the bride is socially and linguistically absorbed into a new kinship order, a movement linked to the Hindu ritual of *Kanyadaan* ("the gift of a maiden"), while the groom's identity remains stable. Second, renaming is a direct expression of kinship authority – the power to rename is the power to redefine a woman's social identity. Third, compliance reflects internalization and the patriarchal bargain rather than agreement: women accept renaming under familial obligation or as inherited "common sense," and state administrative procedures (such as those for post-marital name changes) further institutionalize it. Fourth, on resistance and modernity, modern conditions change how the practice is negotiated but do not dissolve its symbolic power; within the orthodox community women remain pressed to comply in order to preserve marriageability and social inclusion, indicating that patriarchy is evolving rather than disappearing.

The study's most original claim is that altering a first name is more consequential than changing a surname, because it disrupts the most intimate marker of personhood. It identifies this as a form of onomastic reclassification – a systemic erasure imposed on adult women under the guise of sacred ritual. The critique is structural and sociological rather than an indictment of individual families, and the study acknowledges that many women experience renaming as meaningful rather than oppressive. Its central insight is that the most durable forms of patriarchy are rarely overtly coercive; they are embedded in celebrated, ostensibly auspicious rituals, which makes them both powerful and difficult to challenge.

The conclusion reaffirms that marital renaming is not a harmless tradition but a mechanism through which power operates within intimate family life, organizing social belonging and normalizing inequality across generations. A woman does not require renaming to hold social significance: she already possesses history, dignity, and a complete life within her original name. The research thus moves beyond the sociology of naming toward questions of recognition, personhood, and justice – affirming that a woman's name matters because women themselves matter.

REFERENCES

1. Lévi-Strauss, C. (1969). *The elementary structures of kinship* (J. H. Bell, J. R. von Sturmer, & R. Needham, Trans.; R. Needham, Ed.). Beacon Press. (Original work published 1949)
2. Bourdieu, P. (2001). *Masculine domination*. Stanford University Press.
3. Butler, J. (1988). Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory. *Theatre Journal*, 40(4), 519–531.
<https://doi.org/10.2307/3207893>
4. Kandiyoti, D. (1988). Bargaining with patriarchy. *Gender & Society*, 2(3), 274–290. <https://doi.org/10.1177/089124388002003004>

Єрган Анастасія¹

Email: anastasiia.yerhan@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20306267>

Соціальні ризики глобальної освіти: дисбаланс компетенцій та міграційні наслідки

Соціологія та сучасні
соціальні трансформації.
Матеріали XVIII Всеукраїнської
конференції з міжнародною
участю «Соціологія та сучасні
соціальні трансформації», 10-11
листопада 2025 року (Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, факультет
соціології). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 129 с.

Процеси глобалізації кінця XX та початку XXI століття фундаментально трансформували вищу освіту, піднявши її з національного рівня на глобальний ринок. Створення єдиних освітніх просторів, зокрема Болонського процесу в Європі, мало на меті підвищення конкурентоспроможності та академічної мобільності. Однак ці реформи, наклавшись на нерівномірний економічний розвиток, породили низку серйозних соціальних ризиків. Ключовим серед них є формування структурованого «відтоку мізків» (brain drain), який посилюється через новий глобальний дисбаланс у підготовці кадрів. Ця проблема полягає у чіткому розмежуванні пріоритетів: стратегічний фокус на STEM в країнах Східної Азії протиставляється домінуванню «сервісної економіки» та попиту на «soft skills» на Заході. Актуальність цієї теми для України є надзвичайно високою, оскільки країна опинилася в ситуації, одночасно втрачаючи і технічний, і гуманітарний капітал.

Для аналізу цього комплексного явища ми спираємося на декілька фундаментальних праць. Почнемо з означення понять. Поняття STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) та гуманітарних наук розглядаються як два ключові вектори розвитку капіталу. Теоретичною основою слугує праця Вітте, ван дер Венде та Хейсмана (Witte, et al., 2008) про Болонський процес. Незважаючи на те, що роботі понад 15 років, її актуальність лише зросла, оскільки вона однією з перших проаналізувала Болонський процес не як академічну, а як економічну реформу, спрямовану на створення єдиного ринку праці. Сьогодні ми спостерігаємо довгострокові наслідки саме цього економічного, а не академічного зсуву.

Другою основною працею є робота Марти Нуссбаум «Не заради прибутку» (Nussbaum, 2010). Її актуальність полягає в тому, що авторка пророкувала небезпеку комерціалізації освіти: зменшення здібностей до критичного мислення та емпатії на користь «прибуткових» навичок. Те, що Нуссбаум описувала як ризик, сьогодні стало реальністю. Також, роботи Гулда (Gould, 2015) про «міф кризи STEM» та Док'є і Рапопорта (Dochquier & Rapoport, 2012) про «відтік мізків» доповнюють цю рамку, дозволяючи критично оцінити, хто насправді виграє від глобального ринку освітніх послуг.

¹ Студентка бакалаврату, соціологія, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Сучасний освітній ландшафт демонструє значний розподіл за географічним розташуванням. Статистичні дані підтверджують цей розрив. Згідно зі звітами аналітичного центру CSET при Джорджтаунському університеті (2021), один лише Китай випускає значно більшу кількість інженерів та IT-фахівців, ніж США та Європа разом узяті, де частка STEM-випускників становить понад 40%. Натомість дані OECD для європейських країн показують, що домінуючою сферою підготовки залишається «Соціальні науки, бізнес та право». Це прямо відповідає структурі їхньої «сервісної економіки», де понад 60% ВВП генерується у сфері послуг.

Причини такого розподілу є багатогранними. По-перше, це сама комерціалізація освіти. Вона змушує університети реагувати на потреби ринку праці, надаючи перевагу тим програмам, які є «комерційно привабливими» та дешевшими у реалізації, як-от менеджмент чи право, часто на шкоду природничим наукам. По-друге, ключову роль відіграв Болонський процес. Як зазначає Вітте (2008), ця реформа була європейською відповіддю на глобалізацію, спрямованою на створення єдиного ринку праці та покращення мобільності населення. Болонський процес створив ідеальні технічні інструменти для мобільності, такі як уніфіковані ступені (Бакалавр/Магістр), кредитна система ECTS та програми обміну (Erasmus+). Таким чином, академічна мобільність перетворилася на механізм структурованої трудової міграції. Як теоретично обґрунтовують Док'є та Рапопорт (2012), в епоху глобалізації саме висококваліфіковані фахівці є найбільш мобільною частиною населення. Міграція перестає бути хаотичною, натомість, вибудовується система, яка діє досить простим чином.

Емпіричне дослідження Братті та Верзілло (Bratti & Verzillo, 2019) на прикладі італійських випускників чітко демонструє два різні потоки: фахівці STEM мігрують до глобальних інноваційних центрів із високими витратами на R&D (*R&D* це англійська аббревіатура від «Research and Development»), (Німеччина, США), тоді як випускники гуманітарних та управлінських спеціальностей притягуються до центрів сервісної економіки (наприклад, Лондон).

Для країн, таких як Україна, ця система створює небезпечну ситуацію. Як зазначають українські дослідниці Іващенко та Ляшенко (2020), Україна одночасно страждає від двох типів «виштовхуючих» та «притягуючих» факторів. З одного боку, катастрофічне недофінансування R&D та застаріла матеріально-технічна база «виштовхують» наших STEM-фахівців, які легко знаходять роботу в західних R&D-центрах. З іншого боку, слідуючи болонським трендам, Україна готує надлишкову кількість фахівців «soft skills» (юристів, менеджерів, психологів), яких не може поглинути власна економіка. Ці фахівці, маючи уніфіковані дипломи, активно «притягуються» європейським ринком послуг. Таким чином, країна одночасно втрачає і потенціал для інновацій (STEM), і потенціал для побудови сучасної економіки послуг.

Інстинктивна реакція на цю проблему, що полягає у тотальному копіюванні азійської STEM-моделі, є не менш небезпечною. Це створює ризик

«етичного вакууму». Як стверджує М. Нуссбаум (2010), гонитва за «прибутковими» спеціальностями руйнує навички, життєво необхідні для функціонування демократії, а саме критичне мислення та емпатію. Технології, відірвані від етичного осмислення їхніх наслідків, є небезпечними.

Отже, головна проблема полягає не у виборі між STEM та гуманітарними науками, а у їхньому хибному протиставленні. Ефективне суспільство XXI століття однаково потребує як технологічних інновацій, так і їхнього етичного та соціального осмислення. Вирішення проблеми «подвійного відтоку мізків» лежить у досягненні освітнього балансу. Це вимагає змін на двох рівнях: по-перше, у шкільній освіті, де необхідно відмовитись від ранньої профілізації, яка змушує дитину обирати між «технарем» та «гуманітарієм». По-друге, у вищій освіті, де інтеграція гуманітарних дисциплін (етики, філософії, історії) у технічні навчальні програми має стати обов'язковою. Для України це не просто питання освітньої політики, а ключова умова національної безпеки та збереження інтелектуального капіталу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bratti, M., & Verzillo, S. (2019). The 'brain drain' of Italian university graduates: a gravity approach. *Regional Studies*, 53(9), 1326–1338.
<https://www.google.com/search?q=https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1578189>
2. Center for Security and Emerging Technology [CSET]. (2021). *The Global Distribution of STEM Graduates*. Georgetown University.
3. Docquier, F., & Rapoport, H. (2012). Globalization, Brain Drain, and Development. *Journal of Economic Literature*, 50(3), 681–730. <https://doi.org/10.1257/jel.50.3.681>
4. Gould, E. (2015, August 10). The STEM Crisis Is a Myth. *Jacobin*.
<https://www.google.com/search?q=https://jacobin.com/2015/08/stem-crisis-myth-epstein-ndef-corporate-welfare>
5. Ivashchenko, K., & Liashenko, O. (2020). Intellectual migration from Ukraine: causes, consequences and ways of regulation. *Demography and Social Economy*, (3), 11–28.
<https://www.google.com/search?q=https://doi.org/10.15407/dse.2020.41.011>
6. Nussbaum, M. C. (2010). *Not for Profit: Why Democracy Needs the Humanities*. Princeton University Press.
7. Witte, J., van der Wende, M., & Huisman, J. (2008). The Bologna Process: A European response to globalisation in higher education. In D. Bridges, P. J. Juceviciene, T. McLaughlin, J. Stankeviciute, & J. Witte (Eds.), *Higher Education and National Development: Universities and Societies in Transition* (pp. 29–41). Routledge.

СКЛАД ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ

*Всеукраїнської наукової конференції
студентів та молодих науковців
«Соціологія та сучасні соціальні
трансформації 2025»
10–11 листопада 2025 року*

Відповідальний за конференцію – Артемій ДЕЙНЕКА, к. соц. н., заступник декана факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (artemiydeineka@knu.ua);

Голова оргкомітету – Марта НЕЧИПОРЕНКО, голова наукового товариства студентів факультету соціології (marta.nechyporenko@knu.ua);

Члени оргкомітету:

1. **Марія Мельник** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
2. **Марія Ладинська** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
3. **Анастасія Фішук** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
4. **Анна Сіденко** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
5. **Ніка Коробіцина** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
6. **Марія Джус** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
7. **Тетяна Костенко** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
8. **Лідія Артеменко** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
9. **Дарина Гавриленко** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
10. **Діана Костнікова** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
11. **Поліна Олексюк** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
12. **Валерія Першина** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
13. **Марія Смаглій** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
14. **Кіра Ляльченко** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.
15. **Олександра Паливода** – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.

Секретар оргкомітету – Марта НЕЧИПОРЕНКО, голова наукового товариства студентів факультету соціології.

Наукове видання

«Соціологія та сучасні соціальні трансформації»:
Матеріали XVIII Всеукраїнської конференції студентів і молодих
учених з міжнародною участю
«Соціологія та сучасні соціальні трансформації»
(10-11 листопада 2025 року, м. Київ)

Редактори:

к. соц. н. Євгенія Яворська,
Ph.D. Микола Бондаренко,
д. соц. н. Марина Соболевська

Відповідальний

за випуск: к. соц. н. Артемій Дейнека

Верстка: к. соц. н. Ольга Федоренко

Адреса редакції, видавця: 03127, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 8.
Тел. (050) 411-66-51

Підписано до публікації 28.05.2026 р.

Ум. др. арк. 7.50. Формат 60×84/16.

Свідоцтво ДК 5941 від 11.01.2018 р.

Видавництво «Наукова столиця»
ДРУК НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ
www.science.org.ua