



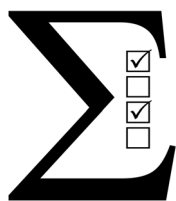
Факультет соціології
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,
АСПІРАНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
16 КВІТНЯ 2026 РОКУ



*ШЕВЧЕНКІВСЬКА
ВЕСНА 2026
СОЦІОЛОГІЯ*





РМВ

Факультет соціології Київського національного
університету імені Тараса Шевченка



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

«Шевченківська весна – 2026» (СОЦІОЛОГІЯ)

Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції студентів, аспірантів і молодих учених
«Шевченківська весна – 2026 (соціологія)»
(16 квітня 2026 року, м. Київ)

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

SHEVCHENKIVSKA VESNA – 2026 (SOCIOLOGY)

Proceedings of the International Scientific and Practical
Conference of Students and Junior Scholars
«Shevchenkivska vesna – 2026 (sociology)»
Kyiv, April 16, 2026

Kyiv 2026

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

«ШЕВЧЕНКІВСЬКА ВЕСНА – 2026» (СОЦІОЛОГІЯ)

Матеріали
Міжнародної науково-практичної конференції
студентів, аспірантів і молодих учених
«Шевченківська весна – 2026 (соціологія)»
16 квітня 2026 року, м. Київ

Київ 2026

УДК 316.4(082)
Ш37

Учасники конференції:
молоді науковці

*Схвалено до публікації
вченою радою факультету соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 14 від 17 червня 2026 року)*

Ш37 Шевченківська весна – 2026: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Шевченківська весна – 2026 (соціологія)» (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року) / За ред. к. соц. н. Геннадія Черних, к. соц. н. Анни Тащенко, к. соц. н. Євгенії Мороз – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

ISBN 978 -617-8667 31 -3
DOI <http://doi.org/10.5281/zenodo.20707552>

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 Міжнародної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Шевченківська весна – 2026 (соціологія)» (м. Київ, 16 квітня 2026 р.).

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

© Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, 2026

ISBN 978 -617-8667 31 -3

ЗМІСТ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Нечипоренко Марта

Практики формування військової спільноти: досвід 12-ї бригади спеціального призначення «Азов» НГУ 9

Дударко Ярослав

Оптимізація рекрутингових стратегій відносно змін мотиваційного профілю рекрутів 18

СЕКЦІЯ 1: СОЦІОКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ

Абдулагаєва Аміна

Доброзичливий сексизм як механізм символічної влади у сучасному суспільстві 27

Черних Геннадій

Інтернет-меми як інструмент конструювання соціальних смислів у цифровій культурі 31

Демидюк Домініка

Трансформація візуального образу жінки в українській моді в умовах війни: від естетизації до кодів стійкості 35

Дроншкевич Анастасія, Сухіна Вікторія

Ментальне здоров'я та інклюзія: культурні відмінності України та Південної Кореї 39

Герасимчук Тетяна

Гендерна візуалізація в культурі: прояви теорії Гоффмана у сучасному кіно (на прикладі х/ф «Я, «Побєда» і Берлін») 47

Голобородько Анна

Реституція культурної спадщини України: від міжнародних прецедентів «Портрета Валлі» та «Скiфського золота» до стратегій захисту Херсонського художнього музею 51

Клименко Валерія

Ностальгія як товар: комодифікація минулого в сучасній культурі споживання 56

Ладинська Марія, Складенко Яся

Гендерні бар'єри в сучасному автоспорті 60

Мостебродська Євгенія

Культурні символи на банкнотах як інструмент комунікації держави 64

Земляна Марина

Гінекологічна допомога як простір соціального контролю: транслявання гетеронормативності як соціальні джерела стресу меншин серед лесбійок 70

Жидецька Яна

Родинна пам'ять як складник соціокультурного капіталу українців в умовах війни: теоретичний аспект.....75

СЕКЦІЯ 2: МЕДІАПРОСТІР, ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ШІ**Дузь Марія**

Вплив соціальних мереж на молодь в умовах повномасштабного вторгнення..... 78

Каракай Антоній

Молодь, ШІ та відбудова: сучасні тренди в освіті та майбутні потреби ринку праці 82

Ковтун Єлизавета

Еволюція фінансової підтримки підприємництва: від традиційних кредитів до гібридного смарткапіталу 87

Левенець Катерина

Цифрова грамотність як інструмент протидії фейковим новинам 89

Остапова Яна

Telegram як інструмент деформалізації комунікації політиків..... 94

Ремпен Марія

Генеративний ШІ в освіті: перспективи дослідження використання в навчанні 99

Романенко Анастасія

Що таке інформаційна стійкість і чому її плутають із медіаграмотністю103

Бурдін Ярослав

Можливості та обмеження ШІ в дослідженнях культурного спротиву.....107

Вільк Дар'я

Вплив алгоритмів соцмереж на якість вибірки в інтернет-дослідженнях 110

СЕКЦІЯ 3: СУСПІЛЬСТВО В УМОВАХ ВІЙНИ**Балаж Андрій**

Ціннісні орієнтації молоді під час війни: аналіз соціологічних досліджень 115

Іваник Юлія

Формування культури донатів в українському суспільстві в умовах війни...120

Коробіцина Ніка

Цифровий простір як середовище формування культури пам'яті в умовах російсько-української війни.....123

Мельник Марія

Російські негативні інформаційні компанії у медіапросторі глобального півдня у контексті російсько-української війни..... 127

Надієвець Яна

Структура мережі громадянських рухів України: аналіз дискурсу стійкості 131

Шевченко Артем

Дослідження майбутнього в соціології: від передбачення до соціальних очікувань..... 137

Тесля Володимир, Новохацька Софія

Соціально–демографічний портрет російського військовополоненого (на прикладі відеоінтерв'ю каналу Volodymyr Zolkin)..... 142

Єпішко Михайло

Трудова імміграція після Другої світової війни в Європі: соціально-економічні наслідки та уроки для повоєнної України 147

Єрган Анастасія

Теоретико-методологічні виклики дослідження добробуту осіб з досвідом повторного внутрішнього переміщення..... 152

МАТЕРІАЛИ ДОПОВІДЕЙ ТА ВИСТУПІВ УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Нечипоренко Марта¹

Email: *marta.nechyporenko@knu.ua*

<http://doi.org/10.5281/zenodo.21132310>

Практики формування військової спільноти: досвід 12-ї бригади спеціального призначення «Азов» НГУ

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

У цій доповіді я маю на меті поділитися напрацюваннями та результатами власного дослідження, над яким працювала минулого року. Значною мірою це дослідження стало можливим за підтримки Центральноєвропейського університету. Минулого року я отримала стипендію від програми «Invisible University» — програми, яка передбачає навчання та менторський супровід у реалізації власних дослідницьких проєктів. На вибір теми мене суттєво надихнула книга Себастьяна Юнгера «Плем'я» (Junger, 2012), у якій розглядається значення спільноти в контексті чутливих соціальних потрясінь, таких як війна.

Це підводить нас до питання актуальності теми. Попри те, що війни супроводжують людство впродовж усієї його історії, а дискусії щодо теми насильства ведуться ще з часів античності, військова соціологія як окрема дисциплінарна галузь сформувалася лише в другій половині ХХ століття — багато в чому завдяки фундаментальній праці Семюела Стауффера «Американський солдат». В Україну ця проблематика прийшла значно пізніше і наразі перебуває на етапі інституціоналізації. Роль спільноти у кризових умовах є визначальною, що підтверджується даними як військової соціології, так і суміжних соціологічних напрямів. Війна вимагає глибшого розуміння того, як функціонують суспільні зв'язки, зокрема серед військовослужбовців та ветеранів. Проблема полягає в тому, що в Україні механізми формування, розвитку та функціонування військової спільноти залишаються малодослідженими.

Метою мого дослідження було розкрити роль неформальних практик, спільних ритуалів і традицій, які функціонують та відтворюються в «Азові», а також оцінити значення символів і формалізованих елементів у конструюванні почуття приналежності. Об'єктом дослідження стали військовослужбовці 12-ї бригади спеціального призначення «Азов» (зокрема

¹ Студентка факультету соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

представники Хорунжої служби та Служби супроводу). Предмет дослідження — механізми формування почуття приналежності до військової спільноти.

Дослідження передбачало виконання кількох ключових завдань:

1. Визначити ключові ритуали та практики, що підтримують почуття солідарності в «Азові».
2. Дослідити, як через спільні практики формується ідентичність військовослужбовця/військовослужбовиці Азову та його/її почуття приналежності до спільноти.
3. Виявити, яким чином ці практики впливають на підтримку бойового духу та адаптацію до умов війни.
4. Розглянути роль неформальних традицій і звичаїв у зміцненні згуртованості Азову.

Методологічно це якісне дослідження. Основним методом збору даних слугували напівструктуровані глибинні інтерв'ю. Загалом було проведено п'ять інтерв'ю: троє інформантів представляли Хорунжу службу, двоє — Службу супроводу. Рекрутинг відбувався методом «снігової кулі». Головними критеріями відбору стали приналежність до зазначених служб і готовність ділитися досвідом (без жорстких вимог щодо наявності бойового досвіду, оскільки важливою була різноманітність перспектив). Аналіз даних здійснювався індуктивно, без попередньо заданих категорій. Під час ручного кодування транскриптів фіксувалися смислові нюанси, з яких виокремлювалися ширші тематичні осі: ініціація, довіра, досвід, цінності та символи. Згодом вони були об'єднані в центральну категорію — «почуття приналежності», яка слугувала головною призмою для аналізу емоційних, символічних та повсякденних практик.

Варто зазначити, що це дослідження є пілотним і має певні обмеження. Робота з чинними військовослужбовцями вимагала підвищеної уваги до конфіденційності та анонімізації даних. Крім того, усвідомлюючи свою позицію цивільної дослідниці у військовому середовищі, я враховувала ризик соціальної бажаності у відповідях інформантів. Для підвищення валідності даних застосовувалася тріангуляція: результати інтерв'ю зіставлялися з відкритими матеріалами, документами та іншими дослідженнями під наглядом менторів із Центральноєвропейського університету. Також слід наголосити, що організаційна культура «Азову» є особливим, специфічним кейсом, який не варто автоматично узагальнювати на всі Сили оборони України.

Переходячи до теоретичної рамки дослідження, зазначу, що я спиралася на класичні теорії Фердинанда Тьонніса та Еміля Дюркгайма щодо феномену спільноти. За Тьоннісом (Tönnies, 2005), спільнота є природною формою співіснування, у якій зв'язки ґрунтуються на довірі та спільному досвіді. У таких умовах індивідуальність не суперечить колективності. Тобто попри те, що є якась спільна семантична база, але це не заперечує те, що є і зберігається індивідуальність кожної людини в цій спільноті. І відчуття приналежності стає природним наслідком постійної взаємодії, взаємної залежності, переживання спільного досвіду. Отже, ключовою ознакою спільноти за цією

теорією може бути те, що почуття близькості і довіри, яке переживає людина, відчуваючи себе частиною цілого, є одним з того, що формує спільноту. Цікавим є також етимологічний вимір концепту «спільнота» (community). Communis з латинської – «той, що належить усім». Це праіндоєвропейський реконструйований складений прикметник. Com-/con- це «разом»; mei- означає «рухатися» або «переходити». І є також другий елемент цього слова munita, яке перекладається як «обов'язки» або «певні публічні функції». Є й інші інтерпретації, в яких це пояснюється як «посада» або «служба». Тобто вже на рівні етимології закладена потреба людини віддавати щось від себе більшому цілому.

З доробку Еміля Дюркгайма ключовими для аналізу стали концепти «колективної ейфорії» (collective effervescence) та «колективної свідомості» (collective consciousness). Колективна ейфорія — це емоційне піднесення, що виникає під час спільних ритуалів, зміцнюючи почуття згуртованості, приналежності. Колективна свідомість трактується як те, яким чином індивід усвідомлює свою приналежність до групи. Дюркгайм також наголошував на важливості колективних уявлень (collective representations) і ролі символів. Без матеріального чи символічного закріплення практики, пережиті під час ритуалів емоції з часом слабшають. Символи ж забезпечують їхню тривалість. У цьому контексті концепт «механічної солідарності», описаний ним у роботі «The Division of Labor in Society» (Durkheim, 1984), чудово описує тип згуртованості, притаманний спільноті «Азову». Ще однією теоретичною опорою стали праці Віктора Тернера (Turner, 1969) щодо лімінальності та «комунітас» (communitas). Лімінальність, як проміжний і турбулентний етап, загострює потребу людей у соціалізації. В умовах антиструктури (якою часто є війна) зникають суто формальні ієрархії, і виникає глибша згуртованість.

Для розуміння емпіричного контексту необхідно зробити короткий історичний екскурс. Заснований у 2014 році батальйон «Азов» за понад десять років трансформувався у бригаду в складі Національної гвардії України. Від самого початку існування підрозділу в ньому культивувалися практики, орієнтовані на історичну тяглість українського війська. Вони трансливали цінності незалежності України, безпеки громадян, націоналізму загалом. І великою мірою ці цінності окреслили зовнішню і внутрішню мету підрозділу, сформували певний моральний каркас, на який спиралися їхні командири.

Великою мірою ті, хто долучалися до Азову, були добровольцями. Також вони протягом цього часу брали участь в ключових битвах за українську державність (визволення Маріуполя, Мар'їнки, Іловайська тощо). Таким чином, новобранці, які приходять в Азов, одразу потрапляють у середовище, де транслиються ці конкретні ідеї та історична пам'ять про участь підрозділу у ключових битвах.

«Він (Азов) сформований добровольцями. І він до останнього залишається добровольчим по своєму духу» (Інтерв'ю 5)

«Ми говоримо, що «Азов» це спосіб твого життя» (Інтерв'ю 1)

Процес входження у спільноту починається з ініціації, якою в «Азові» виступає Базовий курс бойової підготовки (БКБП). Цей курс формує спільний досвід групи.

«Чесно, у мене прям сльози виступили від того, що я це зміг зробити (пройти БКБП). І що найголовніше — я зміг не один. Я зміг разом з хлопцями». (Інтерв'ю 1).

«Я відчув себе Азовцем, коли пройшов БКБП і отримав шеврон. Це дуже важливий процес ініціації, якого не можна оминати». (Інтерв'ю 5).

Тобто успішне проходження випробувань «разом із хлопцями» викликає сильні емоції згуртованості. БКБП вводить людину у військовий контекст, знайомить із ритуалами і водночас слугує маркером належності — лише після його завершення боець отримує право носити шеврон підрозділу. Успішне проходження БКБП це і винагорода, і те, що дає можливість новим людям дійсно стати частиною і долучитися до спільноти вже на сформованому рівні; це етап професійної підготовки (є фізична витривалість, дисципліна, теоретичні знання, практичні навички); це історичні лекції, які дають можливість людині, окрім того, що бути членом/членкинею, проживати ці ритуали; це лекції хорунжих, які наповнюють змістом і сенсом ці практики.

«Після свого БКБП я почав краще розуміти свого командира, своїх сержантів. Це дало мені розуміння системи, де я є». (Інтерв'ю 3).

Окрім формування почуття приналежності та близькості до групи, з якою новобранець проходить БКБП і постійно взаємодіє, цей етап виконує важливу соціалізаційну функцію. Саме в процесі підготовки відбувається усвідомлення цінностей і традицій підрозділу, а також певна трансформація ідентичності, коли людина починає сприймати себе як частину спільноти «Азову». Водночас значно зрозумілішою та чіткішою стає ієрархічна система підрозділу. При цьому йдеться не про формальну ієрархію, засновану виключно на наказах, що надходять зверху, а про систему взаємин, у якій командири та інструктори, попри службову субординацію, зберігають повагу до бійців, вважаючи її важливою цінністю.

Головним візуальним символом приналежності є шеврон із зображенням символу Ідеї Нації, який можна отримати після успішного проходження БКБП (Рис. 1). Він репрезентує боротьбу за суверенітет, за територіальну цілісність України і втілює в собі цінності українського націоналізму.



Рисунок 1. Азов шеврон

В «Азові» існує градація шевронів (наприклад, жовтий після БКБП і зелений — за участь у бойових діях), що маркує різні етапи військового шляху та формує ієрархію, засновану на певному досвіді. Є шеврони для окремих підрозділів (наприклад, служби супроводу, хорунжого складу). Шеврон — це символ, до якого ставляться з високою повагою і якого можуть позбавити за негідну поведінку.

«Шеврон важко отримати, але дуже легко втратити, якщо ти проявляєш негідну поведінку, якщо не відповідаєш тим принципам, моральним, етичним, які закладаються. Це не просто відзнака — це і відповідальність» (Інтерв'ю 1).

Важливим ритуалом є Молитва українського націоналіста. Її читають на шикуваннях, перед бойовими виходами, під час урочистих та неурочистих подій, на похованнях та на ініціаціях. Окрім набуття спільного досвіду під час БКБП, професійних навичок, бійців, новобранців, рекрутів також знайомлять з традиціями і цими символічними практиками. Молитви слугують певними елементами збереження і передачі історичних цінностей. Вони не лише зачитуються, а й надається пояснення їх змісту для спільноти. Ці молитви дуже інтегровані у повсякденність кожного бійця. Молитва українського націоналіста написана у 1936 році Йосипом Мацаком у Львівській тюрмі під час судів над членами ОУН. Згодом вона стала обов'язковою для вивчення власне в ОУН. І наразі в Азові також це є обов'язковим елементом, який необхідно засвоїти, перейняти під час БКБП. Для бійців є зрозумілим, чому молитва вивчається. Усі інформанти говорили, що це дійсно дуже цінно. У них там мурашки під час того, як вони чують, проговорюють цю молитву.

«Будь-яке шикування, ранкове — це Молитва обов'язково до зачитування, вечірнє шикування — Декалог обов'язково до зачитування». (Інтерв'ю 1).

У Молитві Україна постає як сакральна постать, Свята Мати героїв. Автор звертається до неї з проханням ніби пробудити в серці національний дух, надихаючись героїчними образами минулого. Потім звучить обіцянка повної посвяти, навіть за умови до смерті, заради України та її ідеалів. Видно основні мотиви жертвності, героїзму, певної духовної сили, моці і злиття з образом України, як батьківщини. І це є центральним мотивом звернення колективного. Зазвичай є певна форма, в якій зачитується ця Молитва. Одна людина, яка промовляє гучно, виразно, і за нею повторюють уже всі інші з повним зануренням в цей текст. І важливо, що Молитва допомагала якоюсь мірою бійцям подолати певні труднощі.

Цей ритуал дійсно вимагає емоційного залучення, глибокого розуміння змісту. Її читають на похованнях. Часто від родичів, наприклад, може бути прохання, щоби красиво, урочисто була прочитана ця Молитва. Вона також є частиною не стільки військового розпорядку, а буквально дією, яка підтримує це відчуття причетності до ширшої національної ідеї. Особливо це помітно в складні моменти під час штурмів, в полоні тощо.

«Вони розповідали, як про себе в полоні зачитували Молитву. І ти розумієш, що це не просто слова. Це слова, які просякнуті слізьми, кров'ю, потом. Це слова, які допомогли протриматися в таких наджорстких умовах ламання особистості». (Інтерв'ю 5).

Подібну функцію виконує і Декалог українського націоналіста (1929), структура якого наслідує біблійні заповіді. В його формулюваннях є заклик до самопожертви, до боротьби за незалежність України, вірність нації. Зміст поєднує національну ідею, історичну пам'ять, певний мобілізаційний заклик. Декалог не так часто звучить в побутових ритуалах Азову, але все одно є присутнім в деяких практиках. І сакральні тексти допомагають вбудувати внутрішній досвід бійця в ширший національний історичний наратив. У цьому контексті можна звернутися до теорії Еміля Дюркгайма про націоналізм як форму «нової релігії» (Durkheim, 1995) та розглянути, як вона проявляється на практиці.

Особливою рисою «Азову» є також наявність власних візуальних і тактильних маркерів взаємодії. Серед них — «римське рукостискання» (за передпліччя), що скорочує дистанцію між побратимами і відразу відрізняє «своїх» від новачків або людей ззовні (Рис. 2). Таке привітання походить від римських легіонерів і це зближує людину. Тобто це вже не просто віддалене рукостискання за руки, а це має бути на певній дистанції з більшим фізичним контактом.

«З усіма членами бригади ми вітаємося по римському рукостисканню. Видно молоду людину, яка тільки прийшла у бригаду – якщо вона тобі долоню жме». (Інтерв'ю 4)



Рисунок 2. Привітання «римське рукостискання»

Іншою практикою є привітання «кулаком до серця» (Рис. 3), яке замінює класичне прикладання руки до головного убору. Такі щоденні ритуали свідчать про розвинену внутрішню етику та формують спільну мову, яка виокремлює «Азов» серед інших формувань.

«Серце – найвеличніше місце, до якого можна прикласти руку, бо серце – це ознака життя, ознака поваги і шани». (Інтерв'ю 3)



Рисунок 3. Привітання «кулак до серця»

Ключову роль у підтримці цієї етики відіграють Хорунжа служба та Служба супроводу. Історично хорунжий — це носій знамена. У сучасних реаліях Хорунжа служба виконує ритуальну та освітню місії, виступаючи посередником між традиціями бригади та новими бійцями. Хорунжі (більшість із яких є ветеранами з бойовим досвідом) допомагають бійцям усвідомити ціннісний вимір їхньої служби. Також у них є зовнішня просвітницька місія, тобто комунікації з громадськістю, з людьми щодо цих цінностей та ідей Азову.

«У нас є група людей, які знаходяться на БРці (бойове розпорядження), вони читають (лекції) у вільний від бойових дій час» (Інтерв'ю 5)

Зі свого боку, Служба супроводу («AzovCare») втілює практичний вимір солідарності та опіки. Основне їхнє завдання — це турбота, опіка військовослужбовців. Її діяльність охоплює весь цикл підтримки військовослужбовця: від етапу БКБП до супроводу у разі поранень, реабілітації та реінтеграції. Розуміння того, що спільнота про тебе подбає в будь-якій ситуації, є надзвичайно потужним генератором почуття приналежності. Саме тому рівень бажання демобілізуватися в «Азові»

залишається дуже низьким. Вважаю, що головним чином це пов'язано саме з ефективністю роботи, зокрема служби супроводу, що дає розуміння бійцям про спільноту, в якій є близькі їх товариші, близькі по духу, в якій про них дбають.

«Бійці знають, що якщо вони вийдуть з сектору, де вони знаходяться у бойовому розпорядженні, тут за них хтось піклується – це також генерує приналежність». (Інтерв'ю 4)

«В нашій бригаді дуже великий відсоток повернення бійців після поранення в стрій. Це також завдяки тому, що в них є хороша, ефективно надана допомога під час їхнього лікування. Вони знають, що це ця організація, в якій вони б хотіли залишитись». (Інтерв'ю 4)

Підсумовуючи, можна стверджувати, що досліджувані практики дозволяють характеризувати «Азов» як міцну морально-етичну спільноту. Її фундаментом є добровільність, яка визначає спільні ціннісні орієнтири. Спільний досвід, від тренувань до бойових дій, виступає головним інтегруючим фактором.

Спираючись на теорії Тернера (Turner, 1969) і Яновіца (Janowitz, 1959), можна зазначити, що під час важких емоційно інтенсивних станів значно вищий може бути рівень згуртованості, ніж якщо людина нейтрально проживає. Символи, ритуали, колективні практики є джерелом механічної солідарності в Азові в термінах Дюркгайма (Durkheim, 1984). Служби супроводу та хорунжі служби є провідниками цього знання про символіку й ідеологію бригади. Це те, що дає можливість бійцю ідентифікувати себе зі спільнотою.

Глобально, на основі проведених інтерв'ю, аналізу документів, статей та інших відкритих джерел, ключовий висновок цього дослідження полягає в тому, що 12-та бригада спеціального призначення «Азов» є цілісною, морально згуртованою спільнотою. Вона сформована навколо спільної історії, колективних дій та унікального життєвого й бойового досвіду.

У контексті майбутніх наукових розвідок перспективним вбачається поглиблений аналіз цієї теми із застосуванням кількісних методів для верифікації отриманих результатів. Особливу цінність для дослідження мають етнографічні підходи, зокрема метод автоетнографії. Крім того, суттєво доповнити емпіричну базу дозволило б проведення фокус-групових інтерв'ю безпосередньо з бійцями бригади. Це допомогло б глибше і детальніше зрозуміти, як саме діяльність Хорунжої служби та Служби супроводу сприймається та втілюється безпосередньо на місцях.

ЛІТЕРАТУРА

Азов. (б. д.-а). *Історія, структура, бойовий шлях і традиції підрозділу*.
<https://azov.org.ua/about-azov/>

Азов. (б. д.-б). *Хто такі хорунжі?* <https://azov.org.ua/news/horunji/>

Артеменко, А. (2025). *Мілітарна ідентичність та соціальна адаптація ветеранів АТО/ООС*. ResearchGate.

- https://www.researchgate.net/publication/357092040_MILITARNA_IDENTICNIST_TA_SOCIALNA_ADAPTACIA_VETERANIV_ATOOOS
- Марценюк, Т. (ред.). (2019). *Невдугути Batalion 2.0: Повернення ветеранок до мирного життя: соціологічне дослідження*. [Видавця не зазначено].
- Межа. (2023). *Ідея нації. «Азову» 9 років: становлення, символи та міфи найвідомішої бригади України*. <https://mezha.net/ua/mysli/ideia-natsii-azovu-9-rokiv-stanovlennia-symvoly-ta-mify-naividomishoi-bryhady-ukrainy/>
- Микитчин, О. (2023). *Протидія стигматизації ветеранів війни у суспільстві як інструмент реінтеграції* [Кваліфікаційна робота, Український католицький університет].
- Моя молитва. (1969). *Вісник «The Herald»*, (10), 17. <https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/4635/file.pdf>
- Durkheim, É. (1984). *The division of labour in society* (W. D. Halls, Trans.). Macmillan Press.
- Durkheim, É. (1995). *The elementary forms of religious life* (K. E. Fields, Trans.). The Free Press.
https://monoskop.org/images/a/a2/Durkheim_Emile_The_Elementary_Forms_of_Religious_Life_1995.pdf
- Etymonline. (2025). *Etymology of “community”*. <https://www.etymonline.com/word/common>
- Harris, J. (2001). *Community and civil society* (pp. 1–2). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/cb09780511816260.006>
- Janowitz, M. (1959). *Sociology and the military establishment*. Russell Sage Foundation.
- Junger, S. (2012). *Tribe: On homecoming and belonging*. Twelve.
- Marcenuk, T. (2025). *Involvement of women in military education in Ukraine*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/376154787_Involvement_of_women_in_military_education_in_Ukraine
- Marshall, S. L. A. (1947). *Men against fire: The problem of battle command*.
<http://ci.nii.ac.jp/ncid/BBo8933333>
- Stepanenko, V., & Stewart, S. (2025). Who, if not us?: Civic activism and defence in wartime Ukraine. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 1–17.
<https://doi.org/10.1080/13511610.2025.2467214>
- Tönnies, F. (2005). *Спільнота та суспільство. Основні поняття чистої соціології* (Н. Комарова та О. Погорілий, пер.). Дух і Літера.
<https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0052344.pdf>
- Turner, V. (1969). Liminality and communitas. In *The ritual process: Structure and anti-structure* (pp. 1–43). Cornell University Press.

Дударко Ярослав¹

Email: shafran@nsecres.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.21132400>

Оптимізація рекрутингових стратегій відносно змін мотиваційного профілю рекрутів

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Дослідження мотиваційних чинників добровільного залучення громадян до лав Збройних Сил розпочалося автором ще рік тому в межах підготовки магістерської роботи у статусі цивільної особи. Згодом цей науковий інтерес отримав своє продовження безпосередньо під час проходження військової служби у складі дослідницького відділу першого корпусу НГУ «Азов».

«Азов» у цьому контексті є надзвичайно показовим підрозділом. Його ідеали є глибинно добровольчими: підрозділ не комплектується шляхом примусової мобілізації, а чітко позиціонує себе як добровольче формування, для вступу до якого необхідна реальна внутрішня мотивація. Питання того, як ефективно залучати найбільш вмотивовану частину населення та підвищувати мотивацію тих, хто вагається, є одним із ключових напрямів роботи нашого дослідницького відділу.

Коротко окреслю специфіку нашої діяльності. Ми — дослідницький відділ 1-го корпусу НГУ «Азов». Наше головне завдання полягає у формуванні доказової бази для ухвалення управлінських рішень командуванням корпусу. Спектр наших компетенцій охоплює соціологічні, маркетингові та міжнародні дослідження, аналіз ринків, а також OSINT-компоненту. Це лише та частина нашої роботи, яку можна комунікувати публічно. Відповідно, моя доповідь має на меті не лише поділитися конкретними результатами, але й продемонструвати підходи до вивчення актуальних військових проблематик, а також заохотити цивільні дослідницькі структури до аналітики проблем, зумовлених війною.

Дослідження оптимізації рекрутингових стратегій продиктовано бажанням підвищити ефективність залучення людей до війська, конкретно до спочатку 12-ї бригади спецпризначення Азов, а потім і до корпусу. Актуальність цієї теми зумовлена тим, що в умовах тривалої боротьби та вичерпання первинного мобілізаційного ресурсу стратегічний пріоритет Сил оборони України має зміщуватися з кількісного примусового комплектування (так званої «бусифікації») на якісний рекрутинг. Щоб залишатися ефективним на четвертому році повномасштабної війни, рекрутинг повинен трансформуватися у комплексний менеджмент довіри. Метою цієї доповіді є розгляд сучасного портрета рекрута та оцінка конкурентного ландшафту через призму ефективності рекрутингових стратегій для різних сегментів майбутніх бійців.

¹ Соціолог Дослідницького відділу 1 корпусу НГУ «Азов».

Методологія нашої роботи ґрунтується на комплексі різноманітних досліджень. Вона включає: кількісний аналіз даних рекрутингових центрів корпусу за 2024 рік, факторний аналіз макросередовища, дискурс-аналіз обговорень рекламних кампаній у соціальних медіа, а також аналіз якісних даних. Якісний етап охоплював глибинні інтерв'ю з добровольцями (n=9), військовослужбовцями, які скоїли самовільне залишення частини (СЗЧ) (n=22), та інструкторами навчальних центрів (n=3). Варто зазначити, що аналіз інтерв'ю з добровольцями базується на дослідженні, яке було проведено ще в межах магістерської роботи, і яке згодом стало теоретичним підґрунтям для роботи відділу.

Аналіз варто розпочати з оцінки конверсії короткострокових рекламних кампаній. Більшість із них у Силах оборони орієнтована саме на рекрутинг (хоча існують і фандрейзингові кампанії, і кампанії для формування впізнаваності — «top of mind»). Аналіз рекламної активності в поєднанні з даними рекрутингового центру «Азову» свідчить, що дорогі емоційні кампанії створюють ілюзію «ефекту сплеску» — короткочасне зростання кількості заявок на вступ за критично низької фінальної конверсії (відсотка тих, хто реально стає до строю). Для елітних підрозділів, де рішення про вступ є зваженим та раціональним, такий підхід виявляється малоефективним.

Кореляція між фактом подання заявки та реальним залученням до строю у 2024–2025 роках становила лише близько 22%. Середній рівень конверсії з рекламних кампаній фіксувався на позначці 8% (варіюючись від 5% до 20%). Наприклад, кампанії «Зроби свій вибір» або «Діяти, щоб не втратити» згенерували значний первинний інтерес, проте майже не вплинули на рівень фактичного вступу. Натомість кампанії 2025 року («Мам, я в Азові», «Мій в Азові») припали на період стабілізації заявок. Водночас SMS-розсилки показали себе як дієвий інструмент для миттєвого підняття кількості заявок, але вони також не підвищували загальну конверсію, оскільки більшість з них надходила від осіб, непридатних до служби.

Як демонструють зібрані дані (Рис. 1) (презентовані, зокрема, на профільному комітеті Верховної Ради), значно більший вплив на реальне комплектування мають зовнішні фактори: політико-правові (дискусії щодо економічного бронювання, зниження мобілізаційного віку, законодавчі зміни щодо повернення із СЗЧ, програма контрактів 18–24) та геополітичні чинники. Новини про формування корпусу, що підвищили медійну присутність підрозділу, також мали вагомий стимулюючий ефект.

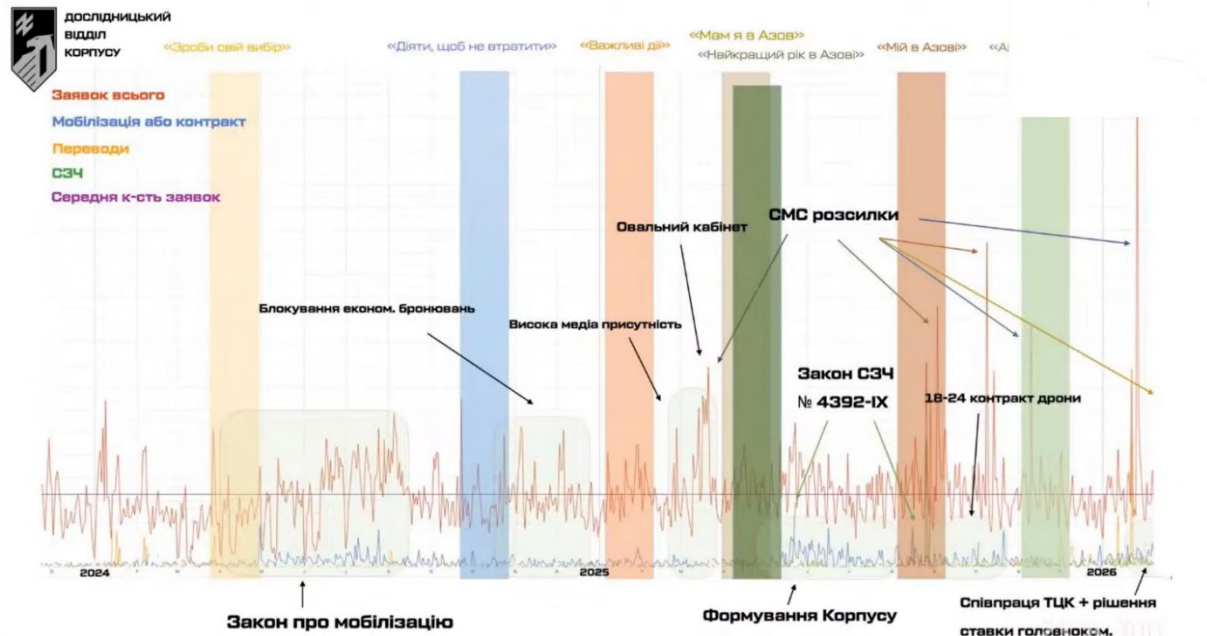


Рисунок 1. Зв'язок рекламних кампаній та зовнішніх факторів з реальним графіком заявок та вставання в стрій

Якщо проаналізувати соціально-професійний портрет рекрута, то у 2025 році він остаточно зміщується від «пасіонарія першої хвилі» до «освіченого прагматика». Найбільша активність спостерігається у віковій групі 24 років, що відображає свідому підготовку громадян до настання мобілізаційного віку (25 років). Новим стандартом стала програма контрактів для молоді 18–24 років, конверсія за якою у вересні 2025 року сягнула рекордних 26%. Це суттєво омолодило особовий склад корпусу. Переважна більшість кандидатів, які подають заявки, — це молодь 20–30 років, тоді як середній вік тих, хто фактично стає до строю, становить 30–32 роки (Див. Рис. 2). Рекрути здебільшого мають вищу або професійну освіту: це юристи, програмісти, економісти, зварювальники, автомеханіки. Такий рівень новобранців вимагає від підрозділу відповідної корпоративної культури.

Вік рекрутів, що встали в стрій:

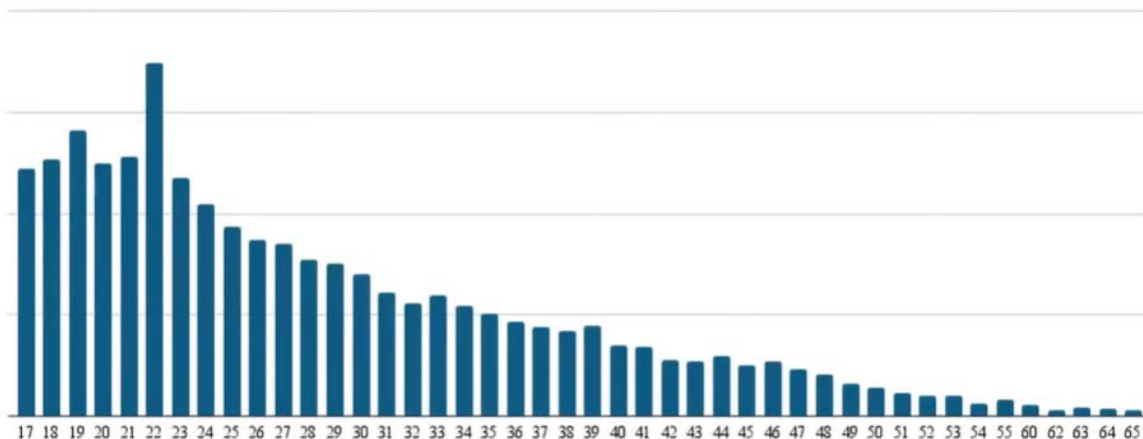


Рисунок 2. Вік рекрутів, що встали в стрій у 2025 році



дослідницький
відділ
КОРПУСУ

Освіта рекрутів, що встали в стрій:

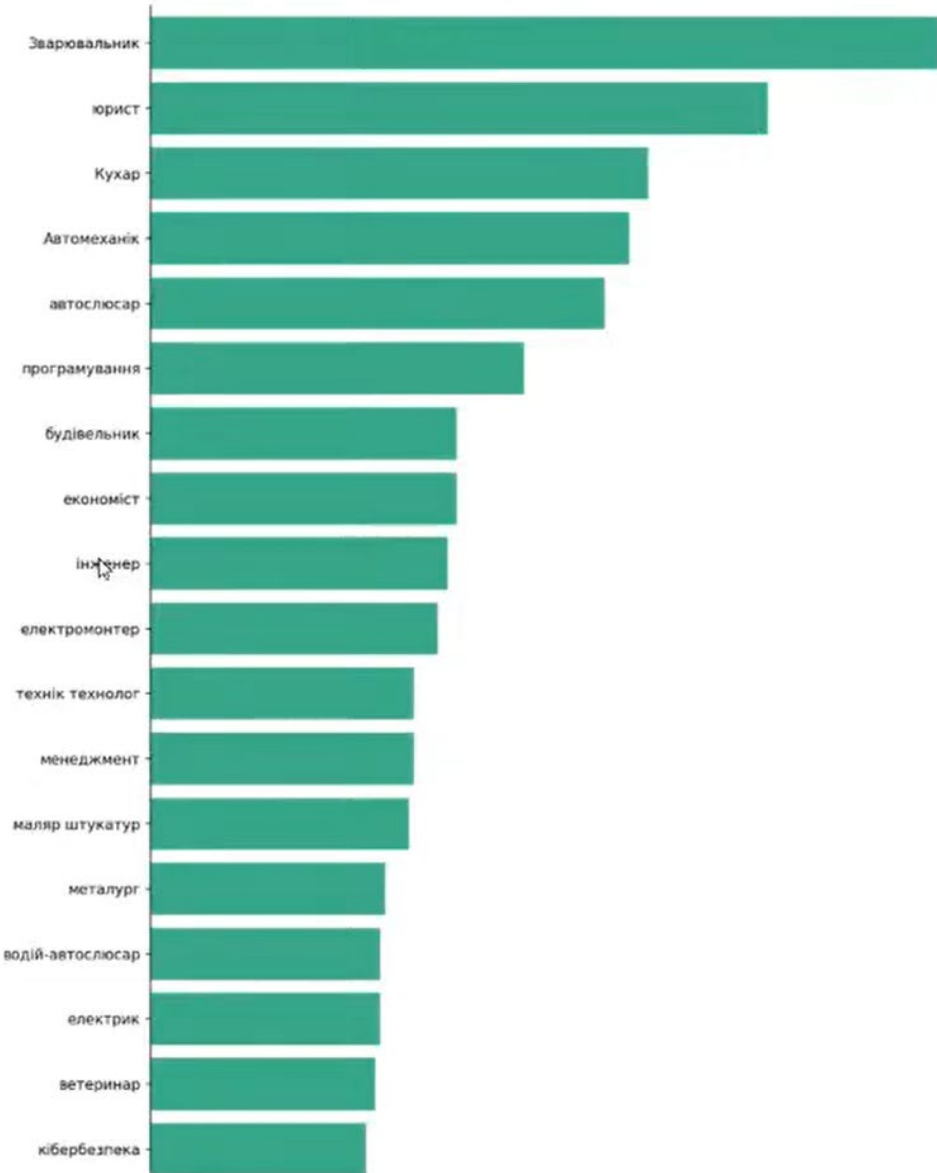


Рисунок 3. Освіта рекрутів, що встали в стрій у 2025 році

На основі комплексних соціологічних досліджень добровольців було виокремлено ієрархічну модель спонукальних чинників, що містить чотири типи мотивації (Див. Табл. 1):

1. Чуттєва мотивація — найбільш динамічна, але найменш стабільна форма, що виникає як імпульсивна реакція на стрес. Притаманна непідготовленим добровольцям. У рекрутингу вона корелює з високою кількістю заявок під час емоційних рекламних кампаній, але демонструє вкрай низьку конверсію.

2. Традиційна мотивація — наслідування встановлених соціальних моделей та очікувань (служба як обов'язок, помста, підтвердження ідентичності). Поширена серед мешканців невеликих міст та старшої вікової категорії. Носії цього типу найменше схильні до СЗЧ (вважаючи це слабкістю), але ця мотивація вразлива до системних проблем у війську, коли людині не дають ефективно воювати.

3. Ідейна мотивація — характерна для індивідів-ідеалістів, які розглядають участь у війні як ціннісну позицію. Для них методи ведення війни та збереження людяності є не менш важливими за результат. Вони ретельно обирають підрозділ на основі репутації. Ця мотивація дуже стійка, але може послаблюватися через зіткнення з реаліями некомпетентного управління.

4. Цільова мотивація — найбільш стабільна та довготривала форма, притаманна прагматичним індивідам, для яких служба є інструментом реалізації конкретних цілей (кар'єра, фінанси, соціальний статус). Вибір підрозділу максимально раціональний. Проте за відсутності компетентного управління чи обіцяних стимулів саме ця категорія найчастіше використовує СЗЧ як стратегічний інструмент переведення до іншого місця служби.

Таблиця 1. Типи мотивації добровольців

Тип мотивації	Портрет	Мотиви мобілізації
Чуттєва (непідготовані добровольці)	Здебільшого молоді, емоційно вразливі індивіди, схильні до імпульсивних рішень під впливом стресу, маркетингових кампаній або СМС-розсилок.	Імпульсивна реакція на стрес та раптовий напад ворога. Неусвідомлений поклик, що виникає як точкова відповідь на зовнішню загрозу.
Традиційна (чоловіки старшого віку)	Вік 30–45+ років, мешканці малих міст та сіл, часто особи зі стабільним цивільним життям та сім'ями.	Наслідування соціальних моделей та стереотипів. Почуття обов'язку через «чоловічий суспільний тиск», прагнення до відплати або помсти як традиційного сценарію.
Ідейна (борці за ідею)	Вік 20–40 років, люди з високим рівнем освіти, які розглядають службу як ціннісний вибір.	Громадянський обов'язок , боротьба за свободу та побудову незалежної держави. Прагнення до справедливості та ідеологічне підґрунтя (наприклад, націоналізм).
Цільова (прагматичні кандидати та молоді кар'єристи)	Вік 18–30 років. Адаптивні і цілеспрямовані рекрути, які шукають конкретні посади та умови служби.	Соціальний ліфт , кар'єрне зростання, висока грошова винагорода (наприклад, контракт 18–24) та соціальні пільги. Пріоритет безпеки та професійного командування.

Для глибшого розуміння бар'єрів служби ми дослідили явище самовільного залишення частини (СЗЧ). Було виділено п'ять психографічних портретів військовослужбовців, схильних до цього (Див. Табл. 2):

1. Виснажені добровольці першої хвилі (30–45 років). Їхня висока початкова мотивація трансформувалася в глибоке емоційне вигорання за роки служби. Тригером стає фізична втома, накопичені соматичні розлади або відмова у відпустці.

2. Фахівці в нецільовій сфері (молоді особи з вищою освітою: IT, інженери). Мають низьку толерантність до управлінської некомпетентності. СЗЧ для них — свідомий крок для виходу із системи, де їх використовують як некваліфіковану піхоту («спіхочують»), заради переходу у фаховий підрозділ.

3. Маргіналізовані особи (30–40 років), які мали труднощі із соціальною адаптацією ще до мобілізації (залежності, судимості). СЗЧ є наслідком нездатності витримувати військову дисципліну на тлі особистих криз.

4. Військовослужбовці похилого віку (50+ років). Фізично неспроможні виконувати завдання в піхоті. Причиною СЗЧ стає ігнорування командуванням їхніх хвороб та відмова в переведенні на тиліві посади (водії, механіки).

5. Примусово мобілізовані особи (25–40 років, креативні професії, офісні працівники). Мають високий рівень тривожності та тотальну недовіру до радянських методів управління. СЗЧ часто стається ще на етапі навчального центру через страх «м'ясних штурмів» та непоінформованість.

Таблиця 2. Портрети бійців, що здійснюють СЗЧ

Тип	Портрет	Причини СЗЧ
Виснажений доброволець «першої хвилі»	Вік 30–45 років, середня спеціальна освіта (водії, будівельники). Висока початкова мотивація, що за 1,5–4 роки служби переходить у вигорання, відчуття «безстрокового рабства».	Втома, накопичені розлади здоров'я , відмова у переведенні, наданні відпустки.
Фахівець у нецільовій сфері	Вік 25–45 років із вищою освітою (айтівці, інженери, менеджери), раціональний підхід до служби, низька толерантність до некомпетентності, невідповідність кваліфікації займаних посад.	Свідомий стратегічний крок , вихід із системи некомпетентного командування для подальшого переведення до більш професійного і людяного підрозділу.
Маргіналізована особа	Вік 30–40 років, проблемна соціальна адаптація (кримінальне минуле, судимості) або залежності. Конфліктність, почуття провини через сімейні кризи (розлучення, втрата дитини), що знижує моральний бар'єр перед скоєнням правопорушення.	Загострення особистих життєвих негараздів і нездатність витримати військову дисципліну.

Тип	Портрет	Причини СЗЧ
Військовослужбовець похилого віку	Вік 50+ років, поганий фізичний стан для піхоти. Висока терплячість, вичерпана через ігнорування захворювань (проблеми з серцем, тиском).	Страх «загинутися за що» через фізичну неспроможність виконати наказ, відмова у переведенні на тиліві посади (водія, механіка).
Примусово мобілізований «ухилянт»	Вік 25–40 років, креативник або офісний працівник, високий рівень тривожності. Тотальна недовіра до держави.	Страх «м'ясних штурмів», непоінформованість про можливості служби в тилу. Відбувається часто на етапі НЦ або в перші місяці служби.

Порівнюючи комунікаційні стратегії (Див. Табл. 3), можна констатувати, що короткострокові емоційні кампанії стимулюють чуттєву мотивацію, приносять швидкий сплеск заявок, але інтерес швидко згасає. Натомість довгострокова стратегія постійної медійної присутності та автентичного сторітелінгу формує глибоку довіру через висвітлення реального досвіду бійців. Вона апелює до цільової та ідейної мотивації, забезпечуючи стабільне та накопичувальне зростання конверсії.

Таблиця 3. Порівняння типів кампаній

Тип кампанії	Короткострокові емоційні кампанії	Довгострокова стратегія присутності та сторітелінгу
Механіка впливу	Імпульсивна реакція на стрес / асиметричні медійні удари	Формування довіри через реальні аргументи і переваги служби
Вплив на конверсію	Високий сплеск заявок з низькою конверсією в стрій	Стабільне зростання фактичного залучення (Top of Mind)
Якість мотивації	Переважно «чуттєва» мотивація (короткотривала)	«Цільова» та «ідейна» мотивація (довготривала)
Ефект у часі	Швидке згасання інтересу після завершення кампанії	Накопичувальний ефект у момент ухвалення рішення

Підсумовуючи, зазначимо, що головною перешкодою для рекрутингу на цьому етапі війни є не дефіцит медійної присутності підрозділів, а їхні внутрішні вади, такі як радянщина, страх смерті через некомпетентність командування та втрата індивідуальності. У реаліях 2025 року рекрутинг — це не маркетинг заявок, а менеджмент довіри та інвестиція в професіоналізм бійця. Найбільш привабливим є підрозділ, який пропонує не просто посаду, а середовище компетентного управління.

З огляду на досвід нашого корпусу, ми формулюємо такі стратегічні рекомендації для оптимізації рекрутингу.

1. Менеджмент замість статутчини: Впровадження і висвітлення сучасної корпоративної культури управління в підрозділі як головної антитези «радянщині».

2. Модель «воронки рекрутингу»: Створення низькопорогових точок входу (вебінари, онлайн-консультації, короткі тест-драйви) для зняття первинного страху.

3. Технологічна суб'єктність: Розбудова власних шкіл БПЛА та РЕБ. Розвинена тех-складова підвищує бойову ефективність підрозділу, створює бойові посади для висококваліфікованих спеціалістів і, тим самим, посилює його конкурентоспроможність.

4. Автентичний сторітелінг: Перехід від пафосних гасел до моделі «люди вірять людям». Використання реальних історій бійців як основного інструменту переконання та розвіяння страхів і невідомостей.

5. Внутрішній headhunting: Активний пошук та переманювання підрозділами вузькопрофільних спеціалістів із цивільного сектору та інших структур через індивідуальні пропозиції.

6. Оптимізація реферальних програм: Боець, задоволений умовами служби, є найефективнішим рекрутером та найкращою рекламою у формуванні позитивного сприйняття підрозділу в очах його оточення.

Обговорення доповіді:

Артемій Дейнека: Інтерв'ю з військовослужбовцями, які вчинили СЗЧ — це були розмови з особами, які намагалися через СЗЧ перевестися саме до «Азову», чи це було ширше коло осіб?

Ярослав Дударко: Проте ми триангулювали ці дані за допомогою дискурс-аналізу публічних висловлювань осіб, які скоїли СЗЧ. Окремо залучалися більш розвідувальні методи. Ми збирали особисті історії людей, які мали досвід СЗЧ, але не бажали бути офіційно зафіксованими в дослідженні. Ми вивчали їхні погляди на ситуацію та бачення причин своїх вчинків. Цей етап мав розвідувальний характер і слугував для формування гіпотез, які згодом перевірялися на кількісному та якісному етапах. Незважаючи на те, що дослідження базувалося на обмеженій групі осіб у межах нашого корпусу, ці військовослужбовці походили з дуже різних підрозділів, що дозволило сформувати широке уявлення про передумови та причини явища.

Артемій Дейнека: З одного боку, ви говорите про мотивацію до служби у Збройних Силах (зокрема, в «Азові»), а з іншого — про рекрутингові стратегії. Як саме ви визначали поняття мотивації в межах вашої методології? Здається, що подекуди це поняття застосовується в контексті SMS-розсилок. Але ж отримання повідомлення навряд чи можна назвати «мотивом». Мотив — це радше внутрішня причина, яку людина може осмислено викласти як пояснення конкретного вчинку. Як ви поєднуєте кількісні показники (цикли

піднесення і спаду заявок) з конкретними людськими історіями та внутрішніми поясненнями вчинків?

Ярослав Дударко: Тут дійсно варто було навести чіткішу операціоналізацію. Слід розрізняти мотивацію як зовнішній стимул (заклик) та мотивацію як внутрішню властивість індивіда (бажання щось зробити). У нашому дослідженні мотивація розглядалася саме як внутрішня властивість людини — її особисте бажання долучитися до війська.

З погляду рекрутингових стратегій, з цією мотивацією потрібно працювати такою, якою вона є: правильно її опрацьовувати, щоб людина її не втратила. Чи може рекламна кампанія мотивувати бійця доєднатися до війська з нуля? Ми доводимо, що не дуже. Мотивація розвивається з часом під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів середовища. Сам підрозділ може лише мінімально вплинути на мотивацію бійця ззовні до його вступу. Проте він може суттєво її посилити або послабити, коли військовослужбовець уже доєднався до підрозділу і стикається з реальністю служби (отримує або не отримує те, чого очікував).

Тому ми виходили з того, що мотивація — це внутрішня якість індивіда. Відповідно, СЗЧ розглядалося як наслідок критичного падіння цієї внутрішньої мотивації: ми досліджували, чому вона падає, як цього уникнути та як її підтримати. З теоретичного погляду ми спиралися на праці Келлета, Ньюсома, Сініші Малешевича, а також на психологічні напрацювання щодо мотивації до ведення бойових дій. Узагальнивши світовий досвід попередніх військових конфліктів, ми адаптували його до українського контексту (подій з 2014 та 2022 років). Це дозволило сформулювати власне бачення того, чим є мотивація і як держава, військові підрозділи та самі індивіди мають діяти для її підтримки та зростання.

СЕКЦІЯ 1: СОЦІОКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ

Абдулагаєва Аміна¹

Email: aaminaeoz@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20700857>

Доброзичливий сексизм як механізм символічної влади у сучасному суспільстві

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

У сучасному світі останніми роками дедалі частіше фігурують тези про те, що гендерна нерівність майже подолана, політики щодо впровадження рівності працюють на рівні соціальних норм, і загалом, будь-які дискримінаційні практики залишились у минулому. Зрозуміло, що нам ще дуже далеко до повної рівності, проте публічні дискурси впевнено доводять, що ми рухаємось у правильному напрямку. Водночас щороку публікуються дослідження про утиски, домагання, розриви в оплаті праці, а реклама спамить контентом, який об'єктивує або жартома підкреслює «особливість» жінок. Виходить, що гендерна нерівність не зникає, а просто маскується та трансформується у приховані та прийнятні форми у суспільстві.

Подібні прояви розглядаються в концепції амбівалентного сексизму Пітера Гліка та Сьюзен Фіске, де сексизм має дві форми, а саме ворожий сексизм та доброзичливий сексизм. Ворожий проявляється у звичній нам формі, у відкритій дискримінації, негативному оцінюванні, дискредитації через апелювання до стереотипних уявлень про жінок, як-от надмірну емоційність та маніпулятивність. Натомість доброзичливий сексизм проявляється приховано через ідеалізацію жінки, хоча також є формою до оцінювання, усталення традиційної гендерної ієрархії та відтворення очікувань. Проте уявлення, які відповідають логіці доброзичливого сексизму, описують жінок як особливих, морально вищих, які емоційно підтримують, таких, що заслуговують на захист. Така риторика представляє жінок як менш автономних, безвладних, таких, що є лише залежними об'єктами. Виходить так, що, на перший погляд, позитивна практика насправді ще більше поглиблює гендерну нерівність через закріплення традиційних ролей та стереотипних уявлень (Glick & Fiske, 1996).

Проте не варто розглядати доброзичливий сексизм в індивідуальному контексті, як, наприклад, недопуск жінок до роботи через піклування про репродуктивне здоров'я чи створення курсів з розкриття жіночої енергії для підтримки сімейного добробуту. Навіть такі приклади є частиною великої системи соціальних відносин, який описує логіку теорії гендерного порядку Р. Коннел, де гендер є структурною системою, тривимірною моделлю, яка включає владні та виробничі відносини, а також катексис. Виходить, що гендер є системою, яка розподіляє соціальні ролі, ресурси та владу. За логікою

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

цього підходу гендерна нерівність радше є сталим соціальним порядком, який поширюється через соціокультурні норми, щоденні звички та інститути, аніж результатом упереджень. Однією з основ цього порядку є ієрархія, яка розподіляє ролі та очікування, де маскуліність це влада, стійкість та раціональність, а фемінність це емпатія, залежність та емоційність. У контексті такого гендерного порядку доброзичливий сексизм м'яко підкріплює таку ієрархію, оскільки задає норми поведінки не через примус, а через систему очікувань, яка поступово вибудовується і нав'язує ті (гендерні) ролі, які є прийнятними. Якщо для суспільства є бажаним, щоб жінка була «особливою» чи морально вищою, то такі якості будуть нав'язуватись через кожну видиму і невидиму інституцію, закріплюючи роль жінки на допоміжних чи залежних позиціях. Внаслідок такої доброзичливості ієрархічні відносини не сприймаються негативно, радше навпаки, легітимізуються та відтворюють нерівність, адже немає нічого поганого у тому, щоб проявляти над-турботу, навіть якщо та виконує функцію обмеження (Connell, 2005).

Але доброзичливий сексизм поширюється не лише на структурному рівні, а й в повсякденному. Для розуміння, чому так відбувається, варто розглянути перформативний підхід Джудіт Батлер, де гендер описується як явище, сконструйоване щоденними повторюваними практиками, а не набуте до початку будь-яких дій, які формують гендерну ідентичність. Гендерна ідентичність навпаки є результатом цих дій: вибір одягу, поведінки, роботи тощо. Відповідно до цього підходу, очікування про прийнятні, ба навіть відповідні, моделі поведінки та формують уявлення про жінок та чоловіків, до яких ми прислухаємось і несемо в суспільство, поширюючи традиційні, культурно закріплені норми. Повертаючись до доброзичливого сексизму, можна сказати, що він є регулятором такої перформативності, оскільки нав'язує «правильну» жіночність. У результаті виходить, що гендерні норми відтворюються за (наче) власним бажанням відповідати бажаним суспільством стандартам (Butler, 1990).

Тепер постає питання «Чому гендерні норми так сильно закріплюються і впливають на наше життя?». Почнемо з того, що стереотипи, які досі не зникли, є частиною нашого сприйняття світу, та і себе також. Чому? Бо стереотипи це уявлення про будь-що, у нашому випадку про фемінність та маскуліність, такі собі категорії чи фільтри. Спілкуючись з людиною, ми користуємось цими категоріями, щоб пояснити її поведінку і порівняти з собою, зі знайомими та будь з ким, а далі проаналізувати чи є ця поведінка прийнятною для її гендеру. Сандра Бем якраз описувала подібну стійкість гендерних норм, де гендер є когнітивною структурою, яка відповідає за сприйняття реальності. Так звані гендерні схеми, які засвоюються під час гендерної соціалізації. У цьому контексті доброзичливий сексизм допомагає позитивним уявленням закріпитись у цих схемах. Наприклад, у школі від дівчат очікують спокою та підтримки порядку, і в рамках перевиховання головного бунтівника класу можуть посадити за одну парту з відмінницею, адже очікують, що дівчинка проявить емпатію, буде слухняною та морально

вищою, і перевчить хлопця або просто дасть списати. Удома ж її похвалять за високі моральні якості та скажуть не сперечатись у класі, адже «вона дівчинка». На перший погляд, звичайна ситуація, де один допомагає іншому, проте насправді у цій ситуації дівчинка отримала уявлення про те, що від неї очікують і засвоїла цей патерн. Так, її похвалили, виділили, а потім позбавили суб'єктності. Ось він, доброзичливий сексизм. У результаті впливу таких різних очікувань, які є зумовленими соціокультурними особливостями, ми починаємо відтворювати очікувані норми поведінки та гендерні ролі, сприймаючи це за власний досвід чи закладені природою особистісні характеристики (Bem, 1981).

Переходячи до сучасного контексту, зрозуміло, що гендерні норми трансформуються, і яскравим прикладом нових стандартів жіночого та чоловічого є соціальні медіа. Дедалі частіше ми чуємо про власний вибір, контроль тіла, самореалізацію тощо. Проте варто зняти рожеві окуляри, і ми побачимо, що соціальний тиск змінив риторику з «мусиш для когось» на «мусиш для себе»: більше працювати, слідкувати за фігурою, контролювати емоції. «Ти маєш повну свободу, але хіба не хочеться бути кращою версією себе? Стрункіше, багатше, успішніше.» Це нова свобода чи просто нова форма відтворення традиційних гендерних норм? Гарним прикладом такої трансформації гендерних норм є тренди ведення контенту на тематики лайфстайлу як «soft femininity» та «tradwife». Розглянемо перший приклад, який також ще відомий як «that girl» або «clean girl» на популярних платформах як Інстаграм чи ТікТок. Такий тип контенту навчає правильної сучасної жіночності, де ключовими характеристиками мають бути м'якість, емоційна стабільність, самодисципліна та романтизація «успішного успіху», що цілком відповідає логіці доброзичливого сексизму, оскільки позитивно оцінює ту жіночність, яка підпадає під соціально схвалені ролі та обмежує ту, яка не є прийнятною. Така нав'язана естетика «правильності» починає сприйматись як частина «власного я», яка зумовлена власним вибором, про що якраз і говорила Сандра Бем (Bem, 1981), а виконання щоденних практик на підтримку подібного стилю життя, які згодом сприймаються як логічні чи природні, є відтворенням «традиційних» уявлень про жіночність і відповідає логіці перформативного підходу.

Наступним розглянемо приклад «tradwife», який насправді романтизує традиційні очікування про зайнятість жінок, а саме ведення домашніх справ. У контексті цього тренду жінка представляється як берегиня, яка піклується про сім'ю, веде сама весь побут та повністю залежна від чоловіка, що є відтворенням традиційного гендерного порядку. І знову жінка ідеалізується лише на прийнятних «позиціях», що обмежує її соціальну роль, така ситуація є відтворенням гендерної ієрархії; через виконання щоденних практик та наслідування «вимог» такий спосіб життя сприймається як власний вибір, а романтизація естетики подібного контенту легітимізує відкриту форму дискримінації, яка маскується під доброзичливість.

Отже, яким би сексизм не був, це все одно сексизм, навіть якщо такий у своїх проявах здається нейтральним чи позитивним. На сучасних прикладах

ми бачимо, що доброзичливий сексизм є механізмом символічної влади, який закріплює традиційний гендерний порядок, а через свою неконфліктність та позитивність не піддається критиці, та навіть не розглядається як форма дискримінації. Розглянуті у цій роботі теоретичні підходи показують, як у цифровому середовищі, через різні структурні механізми, доброзичливий сексизм трансформується і підлаштовується під популярні наративи й таким чином, гендерна нерівність досі відтворюється, але вже не через ворожі або відкриті обмеження, а через нав'язування соціально прийнятних норм, які переважають у тій чи іншій культурі.

ЛІТЕРАТУРА

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Bem, S. L. (1981). Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 88(4), 354–364.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). University of California Press.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Polity Press.
- Gill, R. (2016). Postfeminism and the new cultural life of feminism. *European Journal of Cultural Studies*, 19(6), 610–626.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491–512.
- Orgad, S., & Gill, R. (2022). *Confidence culture*. Duke University Press.

Черних Геннадій¹Email: cnhernykh@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20700995>

Інтернет-меми як інструмент конструювання соціальних смислів у цифровій культурі

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Інтернет-мем в сучасній цифровій епосі – важлива частина конструювання соціальних смислів. Меми є виразниками цифрової культури та елементами соціальної Інтернет-комунікації. Вони розповсюджені на глобальному рівні – й в кожному окремому соціальному середовищі відіграють свою певну значущу соціальну роль конструювання картини світу. Інтернет-меми є не лише формою розваги, а й важливим механізмом виробництва, нормалізації та трансляції соціальних смислів. Вони виступають впізнаваною моделлю комунікації в цифровому (онлайн) та повсякденному (офлайн) середовищі.

Сам термін «мем» було введено в науковий обіг англійським еволюційним біологом Річардом Докінзом. Він визначає поняття «мем» як одиницю культурної інформації, що поширюється через наслідування (Dawkins, 1976). Тобто, меми подібно до генів – реплікуються, піддаються відбору та мутують. В онлайн-середовищі – це відбувається завдяки репостам, вподобанням, скріншотам, перефразуванням та іншим способам передачі інформації. Кожен учасник цифрового світу стає виробником мутацій мемів – вони наповнюють його своїми смислами, трансформують зміст та контекст.

Однак варто зазначити, що необхідно розрізняти саме поняття «мем» та «Інтернет-мем». Сучасне тлумачення поняття «Інтернет-мем» переосмислила ізраїльська дослідниця цифрової культури, професорка Лімор Шифман. Вона зосереджується на трьох рисах Інтернет-мемів: зміст, форма та позиція. Зміст – це повідомлення, яке передає зображення, ідеї та ідеології, смисли, закладені в Інтернет-мемі. Форма – це фізичний вигляд повідомлення, те, що можна побачити або почути. Позиція – це стиль, тональність, певне відображення ставлення, яке передає Інтернет-мем. Тобто, за Шифман Інтернет-мем – це «сукупність цифрових об'єктів, що мають спільні риси за змістом, формою та/або позицією, які були створені з урахуванням один одного та поширювалися, копіювалися та/або трансформувалися через Інтернет багатьма користувачами» (Shifman, 2013).

Якщо розглядати Інтернет-мем з класичної позиції Пітера Бергера та Томаса Лукмана (Berger & Luckmann, 1991), то він постає – інструментом інтерсуб'єктивних значень, які конструюються в процесі соціальної взаємодії та створюють окрему цифрову реальність. Спочатку відбувається екстерналізація (створення смислу) Інтернет-мему – Інтернет-користувачі розповсюджують свої інтерпретації реальності у вигляді мемів зі своїми

¹ Кандидат соціологічних наук, асистент кафедри галузевої соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

значеннями та баченням подій, явищ або осіб в реальності. Потім відбувається процес об'єктивації (закріплення смислу) Інтернет-мемів – смисл яких стає незалежним від автора та починає існувати як «факт цифрової культури»: шаблон стає впізнаваним, значення загальноприйнятим, користувачі починають розуміти смисл без пояснення. Наприклад, Інтернет-мем «Чорнобаївка» (див. Рисунок 1), коли українці масово почали створювати контент для висміювання бездарності російського командування та ефективності спротиву ЗСУ, і більшість розуміла значення згадки села Чорнобаївка без пояснення. Завершальний – третій етап, інтерналізація (привласнення смислу) Інтернет-мему – користувачі засвоюють смисл мему як частину своєї повсякденної реальності, відбувається мислення та передача інформації через меми, вони починають описувати світ очевидним та простим смислом.



Рисунок 1. Чорнобаївка – село поблизу міста Херсон, стала символом українського спротиву та бездарності російського командування, перетворившись на Інтернет-мем навесні 2022 року.

Отже, в сучасній цифровій культурі – Інтернет-меми стають формою знання та комунікації, в якій спрощуються складні події, надаються швидкі інтерпретації та конструюється зрозуміла картина світу.

Якщо звернутися до теорії символічного інтеракціонізму Дж. Г. Міда та Г. Блумера, то ми можемо аналізувати Інтернет-мем в цифровій культурі як символ, що інтерпретується спільнотою. Значення мему виникають у взаємодії, люди обмінюються власними інтерпретаціями та створюють додаткові символи, вже як творчий культурний доробок. Наприклад, як це відбулося з Інтернет-мемом «Швайнокарась» (див. Рисунок 2), коли фото простого карася в соціальній мережі було видозмінено у Photoshop американською користувачкою Інтернету – Брайс Грабер (2013 рік). Потім цю картинку підхопив російський користувач Інтернету – й вирішив образити українців. Однак українці відповіли сарказмом та іронією, створивши цілий світ цього зображення – перетворивши його на національний продукт цифрової культури та спротиву, залякування й висміювання росіян.

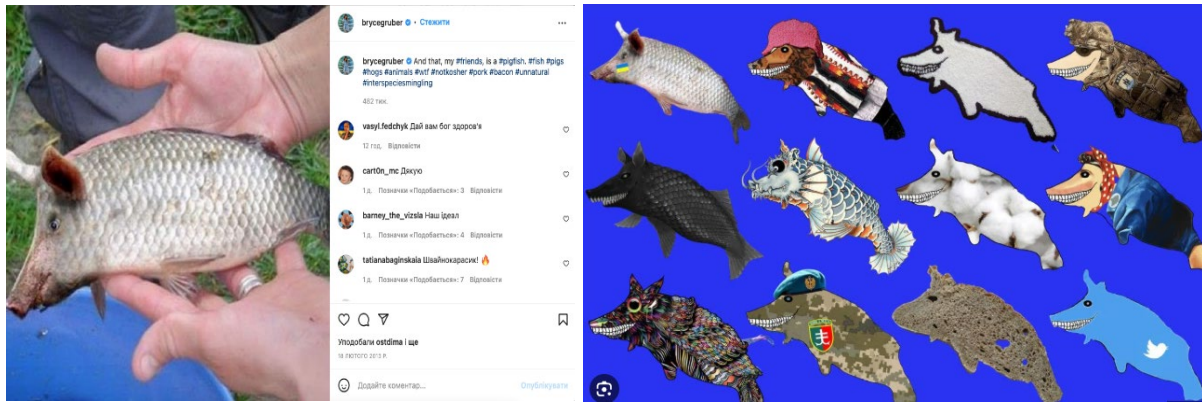


Рисунок 2. Інтернет-мем «Швайнокарась», 2013-...

Отже, Інтернет-мем може допомагати людям конструювати спільну реальність та соціальну пам'ять. Цифрова культура наповнюється Інтернет-мемами як масовим соціокультурним продуктом, який має величезне значення у повсякденній символічній взаємодії та обміні смислами.

Сучасний американський дослідник Р. Мілнер визначає Інтернет-меми не просто як жарти або вірусний контент, а як форму колективної комунікації та участі в цифровій культурі. Для нього Інтернет-мем виступає мультимодальним текстом, який створюється, поширюється, трансформується користувачами в мережевому середовищі через практики (партисипативну культуру) (Milner, 2011).

На глобальному рівні Інтернет-меми постають значною частиною партисипативної творчості – об'єднують людей в спільноти, де постійно відбувається культурний обмін та збагачення. Це також і прояв індивідуалізації та можливості персоніфікованої творчості – створення цифрової культури для себе та своїх потреб. Інтернет-мем постає як постмодерна, іронічна, фрагментована реальність, через яку люди передають абсурд, стосунки, життєві стилі тощо. Це поверхнева, ситуативна реальність, мінлива.

Якщо проаналізувати сегмент українських Інтернет-мемів поза політикою та воєнним контекстом, то вони відображають схожий до глобальних тенденцій вимір повсякденного досвіду. Він охоплює рутинні та звичні події: навчання, поїздка в транспорті, споживання, емоційні стани тощо. Таким чином вони типізують соціальну реальність, дозволяють індивідам впізнавати себе у колективних образах та формують спільні смисли в цифровій культурі, які часто пов'язані з гумором та самоіронією, особливо в українському суспільстві. Однак війна змінила функції Інтернет-мему та розширила його важливість як інструменту ведення інформаційної війни, колективної психотерапії, зниження тривожності, формування національної ідентичності, довіри до «своїх» та спротиву проти «чужих».

Отже, Інтернет-меми постають важливим компонентом цифрової культури, цифровою мовою. Завдяки ним Інтернет-користувачі конструюють глибинні соціальні смисли соціальної реальності. Вони також стають значною частиною повсякденної реальності та виходять за межі звичної цифрової культури – у вигляді бренду, товарів з символікою. Під час війни Інтернет-

меми відіграють значну роль в консолідації суспільства – об'єднують людей у спротиві з ворогом. Важливим є подальше соціологічне дослідження Інтернет-мемів із застосуванням сучасних цифрових методів, таких як – нетнографія.

ЛІТЕРАТУРА

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The social construction of reality*. Penguin Books.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Milner, R. M. (2011). *The world made meme: Public conversations and participatory media*. The MIT Press.
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362–377.

Демидюк Домініка¹Email: dominica.demidiuk@icloud.com<http://doi.org/10.5281/zenodo.20701024>

Трансформація візуального образу жінки в українській моді в умовах війни: від естетизації до кодів стійкості

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Зміни у візуальній культурі та практиках самопрезентації, спричинені зміною соціального простору в Україні, зокрема – а можливо, і більшою мірою – через повномасштабне вторгнення, неможливо ігнорувати. Чи не головним об'єктом змін у медіапросторі, особливо у модній сфері, постають жінки, які роками були заручниками жорсткої об'єктивації в усіх сферах як побутового, так і культурного життя патріархального суспільства. У такому політично-соціальному контексті мода перестає бути просто засобом декоративності чи звичайним декоративним споживанням порожніх естетичних знаків, а перероджується в невербальну мову, допомагаючи людям говорити без слів про свою ідентичність, опір, позицію. В умовах криз, спричинених, зокрема, війною та порушенням стабільності суспільства, одяг може виконувати функцію «соціального індикатора», за допомогою якого відбувається фільтрація «своїх» і транслюються спільні цінності незламності, зокрема спротив (Barnard, 2002).

Окрім Малкольма Барнарда з його ідеєю про те, що мода постає як система невербальної комунікації (Barnard, 2002), схожої думки дотримувалася також американська соціологиня Діана Крейн, розглядаючи одяг як основний інструмент конструювання публічного образу та демонстрації смислів суспільного масштабу (Crane, 2000). Повномасштабне вторгнення 2022 року стало каталізатором переосмислення представниками української індустрії моди застарілих гендерних канонів: на місце стандартної естетики та пасивної краси прийшли нові візуальні коди, які показують автономію, резильєнтність та дію. Патрік Асперс (Aspers, 2010) застосовує концепцію «ринку значень», згідно з якою індивід купує не функціональний предмет, а передусім його символічний зміст. І в Україні цей зміст змінився від звичайного акту гедонізму до акту солідарності, наприклад, підтримки національного культурного капіталу.

Сьогодні можна побачити, що вигляд жінки, хоч і поступово, перестає бути лише питанням естетики, а стає інструментом репрезентації стійкості та сили. Тобто можна сказати, що жіночий образ у моді змінюється згідно з новими соціальними ролями: від волонтерки та лідерки думок до захисниці. І саме дослідження цих змін є ключовим для розуміння того, як українське суспільство з огляду на моду деколонізує культурний, візуальний простір

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

шляхом відмови від раніше нав'язаних стандартів на користь автентичних кодів сили та суб'єктності.

У роботі було поєднано соціокультурний та ринковий підходи, які допомогли побачити, яким чином звичайна, на перший погляд, мода може зберегти ідентичність навіть у кризові часи. Вагомою та вартою ознайомлення є ідея Девіса, яка полягає в тому, що мода допомагає долати внутрішню непевність (Davis, 1992). Для бренду, на основі якого був проведений аналіз у цій роботі, FROLOV, це означає конструювання такого образу, де одночасно можна поєднати вразливість (за допомогою ніжних тканин) та силу, яка відтворюється у жорстких корсетах. У сегменті кутюру, де працює Фролов, символи важать більше за практичність, і це стає прикладом до підходу Асперса про «ринок значень». Методом дослідження став якісний аналіз візуального контенту фотосесій та показів бренду FROLOV, а також безпосередньо інтерв'ю власника. Вибір саме цього бренду зумовлений його репрезентативністю, адже дизайнер зміг перетворити сегмент кутюру на місце для візуальної деколонізації жіночого образу.

Щоб глибше зрозуміти, як трансформується образ жінки, доречно звернутися до програмних заяв Івана Фролова. У них дизайнер вже неодноразово наголошував, що війна радикально змінила пріоритети бренду: якщо раніше мода була інструментом дослідження індивідуальної сексуальності та пасивної привабливості, то тепер вона стала засобом захисту та трансляції національної культури. В одному з інтерв'ю для Vogue Ukraine Фролов зазначив: «Наш голос став лише гучнішим», і тим самим ще раз підкреслив, що в періоди криз, в умовах війни, мода постає як акт опору та допомагає Україні бути помітною у світі.

Бренд з повним усвідомленням відходить від концепції жінки як об'єкта милування та споглядання. Дизайнер у спілкуванні з Flanelle Magazine (Frolov, 2023) пояснював, що новий образ жінки у колекціях бренду базується на ідеї «сили через вразливість», а одяг виконує роль символічного зв'язку, поєднуючи особистий жіночий досвід і колективну долю нації. Такі рефлексії власника бренду допомагають зрозуміти, що така трансформація образу зумовлена не лише маркетинговою стратегією і є достатньо свідомою відповіддю на суспільний запит щодо переходу від об'єктивації жінки до нової суб'єктної жіночності.

Зміну філософії бренду, спричинену повномасштабним вторгненням, неможливо не помітити. Війна буквально підштовхнула до реконцептуалізації бренду, де образ жінки, раніше суто естетичної та сексуально привабливої, наповнився смислами стійкості та національної ідентичності. Анатомічне серце-логотип бренду перетворилося зі знаку пристрасті на ядро національної сили, ставши центральним символом цього періоду.

Важливим етапом очищення образу жінки стала колекція «Island of Love» (2023). FROLOV звернувся до українського фольклорного еротизму, зокрема до першого еротичного серіалу 90-х років «Острів любові» режисера Олега Бійми, і створив образ «нової амазонки», чия сексуальність безпосередньо пов'язана з корінням. За допомогою естетики darkroom (темної

кімнати) кампанія відтворила алегорію виходу української ідентичності з тіні. І саме тут вже починається розмиття гендерних кодів, адже жіночий образ використовує елементи сили, раніше традиційно притаманні чоловікам, і демонструє перехід від жінки-об'єкта до жінки-енергії.

Ще однією точкою трансформації стала колекція «Song of Songs» (Пісня пісень), де сама назва відносить нас до біблійних творів і де розмови про сексуальність перейшли у вимір сакрального, переосмисливши жінку як «Жінку Доблесті». Візуальна концепція бренду супроводжується золотом та дорогоцінним камінням і в результаті перетворює вбрання на форму «ритуального обладунку». Це ілюструє тезу Фреда Девіса (Davis, 1992) про моду як інструмент подолання кризи: хоч жінка проходить крізь випробування війни, все одно зберігає здатність творити красу.

Однією з публічних репрезентацій цих змін була міжнародна арена під час «Євробачення-2023». Костюми Джамали та Тіни Кароль змогли втілити образи материнської сили та безстрашного кохання. І корсет від FROLOV перестав бути просто провокаційним елементом – тепер це «емоційний екзоскелет», за допомогою якого підкреслюється внутрішня витримка та зібраність української жінки.

Остаточною трансформацією образу можна вважати інтеграцію етичного компонента. Окремий проєкт від FROLOV «FROLOVHEART» вивів естетичну моду у простір соціальної відповідальності та підтримки. За допомогою лімітованої колекції світшотів жінка, яка носить бренд сьогодні, маркується не лише через покупку коштовного одягу, а й через участь у благодійності та підтримку воєнних ініціатив, зокрема збір для потреб фондів «Маша» та «Госпітальєри».

А вже у нових колекціях 2024–2025 років, наприклад, «MOLODA», бренд переходить до природних метафор, використовуючи українські образи каштана як символ Києва та мальви – символ української хати та незнищенності роду, і разом вони утворюють образ «квітучої стійкості». Саме ця символіка може свідчити про гуманізацію жіночого образу: від «тіла як фетишу» до «тіла як джерела життя». Тому ми є свідками створення нової антропології української моди, де жінка постає як повноправна володарка своєї долі, краси та тіла.

Як висновок, можна зазначити, що образ жінки в українській моді змінюється. І це вже видно. Від звичайного пасивного милування ми переходимо до активного маніфесту сили. Саме мода стає майданчиком, де формується нова жіноча суб'єктність в умовах війни. І через деколонізацію образу сучасна жіночність інтерпретується насамперед як «резильєнтна», тобто здатна зберігати красу та людяність навіть під час війни.

ЛІТЕРАТУРА

- В Парижі відбулася презентація нової кутюрної колекції FROLOV «Острів любові». (2023, 26 січня). *JetSetter*. <https://jetsetter.ua/v-parizhi-vidbulasya-prezentatsiya-novoyi-kutyarnoyi-kolektsiyi-frolov-ostriv-lyubovi/>
- Образи FROLOV на Євробаченні-2023. (2023, 15 травня). *Ukrainian Fashion Week*. <http://fashionweek.ua/news/obrazi-frolov-na-yevrobachenni-2023/>

- «Пісня Пісень»: нова колекція FROLOV на London Fashion Week. (2023, 20 вересня). *Vogue Ukraine*. <https://vogue.ua/article/fashion/kolekciyi/pisen-pisen-nova-kolekciya-frolov-na-london-fashion-week.html>
- Aspers, P. (2010). *Orderly fashion: A sociology of markets*. Princeton University Press.
- Barnard, M. (2002). *Fashion as communication* (2nd ed.). Routledge.
- Crane, D. (2000). *Fashion and its social agendas: Class, gender, and identity in clothing*. University of Chicago Press.
- Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. University of Chicago Press.
- FROLOV. (n.d.). *About us*. <https://frolov.fr/pages/about>
- Frolov, I. (2023, June 14). The power of fashion: Interview with Ivan Frolov. *Flanelle Magazine*. <https://flanellemag.com/ivan-frolov-interview-the-power-of-fashion/>
- How we survived this year: Ukrainian designers speak. (2023, April 12). *Vogue Ukraine*. <https://vogue.ua/article/vogueuainenglish/how-we-survived-this-year-ukrainian-designers-speak-51436.html>
- Ivan Frolov: Resilience and social impact. (2024). *Vogue Ukraine Leaders*. <https://leaders.vogue.ua/leaders2024/index-en.html>

Дроншкевич Анастасія^IEmail: anastasiia.dronshkevych@knu.ua**Сухіна Вікторія^{II}**Email: viktoriia.sukhina@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20701085>

Ментальне здоров'я та інклюзія: культурні відмінності України та Південної Кореї

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Мінливість сучасного світу ставить нові виклики, до яких вимушені адаптуватися люди, щоб встигнути за високим темпом життя. У такій ситуації особливого значення набуває ментальне здоров'я, адже саме воно визначає здатність людини до подолання стресу, підтримки внутрішньої рівноваги та ефективної взаємодії з оточенням. Психічний добробут впливає не лише на особисте самопочуття, а й на якість соціальних зв'язків, успіхи у навчанні та професійній діяльності, а також на загальне відчуття задоволеності життям. Це стає ключовим викликом для суспільств, що прагнуть сталого розвитку. Тож для аналізу цієї теми передусім визначимо сутність понять «ментальне здоров'я» та «інклюзія».

Ментальне здоров'я – це стан емоційного, психологічного та соціального добробуту, за якого людина здатна справлятися зі стресами, реалізовувати свій потенціал і продуктивно функціонувати в суспільстві (Bohlmeijer & Westerhof, 2021). Воно тісно пов'язане з інклюзією, яка забезпечує можливість повноцінної участі людини в суспільстві та зменшує ризики соціального виключення; допомагає охопити всі групи населення, зокрема осіб з психічними розладами, щоб залучити їх до соціального, освітнього та трудового життя без дискримінації чи стигми.

Згідно з теорією «суспільства ризику» Ульріха Бека, сучасні суспільства функціонують в умовах постійної загрози, що формує колективну тривожність (Безрук, 2019). У цьому контексті для аналізу обрано Україну та Південну Корею як країни, що перебувають у стані геополітичної напруженості, яка впливає на психічне здоров'я населення. В Україні це зумовлено повномасштабною війною та супутніми проблемами, що спричиняє зростання тривожності, депресивних станів і ПТСР. У Південній Кореї вплив пов'язаний із загрозою з боку КНДР та високим рівнем соціальної конкуренції, починаючи від пересічних працівників, закінчуючи корейською індустрією розваг. Порівняння цих країн дозволяє виявити спільні виклики, бар'єри інклюзії та досвід подолання проблем у цій сфері.

Отже, проаналізуємо, як за різних умов в обох суспільствах формується колективна тривожність (зважаючи на відмінності у підходах до ментального здоров'я та інклюзії в межах західної та східної моделей), що саме впливає на ментальне здоров'я та рівень інклюзії. Це допоможе з'ясувати, як різні моделі

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

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

суспільства адаптуються до криз, зменшують соціальну нерівність і підтримують вразливі групи населення.

В Україні формулювання уявлень про психічний добробут має своє історичне підґрунтя. Зокрема, воно пов'язане з радянською моделлю психіатричної допомоги, для якої була характерна інституціоналізація та стигматизація психічних розладів. Унаслідок цього в суспільстві сформувалося насторожене ставлення до психіатричної допомоги та тенденція до приховування психологічних труднощів.

Це сприяло формуванню в суспільстві установок, відповідно до яких прояви психологічної вразливості сприймаються як ознака слабкості, а звернення по допомогу – як небажане або навіть стигматизоване явище. Особливо це стосується чоловіків, для яких соціальні очікування передбачають емоційну стриманість і здатність самотійно долати труднощі.

Водночас у сучасних умовах спостерігається поступова трансформація цих уявлень. Зокрема, повномасштабна війна актуалізувала проблему психічного здоров'я, що сприяло зростанню публічної уваги до цієї теми та розвитку нових підходів до надання психологічної допомоги.

Важливим бар'єром залишається стигматизація психічного здоров'я. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, в Україні психічні розлади тривалий час залишаються соціально стигматизованими, що знижує рівень звернення по професійну допомогу та сприяє приховуванню психологічних труднощів (World Health Organization, 2020).

Після 2022 року ситуація зазнала суттєвих змін, оскільки війна спричинила різке зростання потреби у психологічній підтримці. У відповідь на ці виклики в Україні почали активно впроваджуватися нові інклюзивні практики у сфері ментального здоров'я. Зокрема, національна програма ментального здоров'я «Ти як?» реалізується як міжсекторна ініціатива, спрямована на інтеграцію психологічної підтримки у всі сфери суспільного життя. Станом на 2025 рік допомога в межах програми надається у понад 2 200 медичних закладах, до яких залучено більш ніж 16 000 фахівців, а понад 138 000 працівників системи охорони здоров'я пройшли відповідне навчання (Office of the President of Ukraine, 2025).

Важливим елементом розвитку інклюзії є впровадження громадських (community-based) сервісів, зокрема мобільних мультидисциплінарних команд психічного здоров'я, які забезпечують доступ до допомоги без необхідності госпіталізації та сприяють соціальній інтеграції осіб із психоемоційними труднощами.

У сфері освіти розвиток інклюзії реалізується через діяльність інклюзивно-ресурсних центрів, які забезпечують психолого-педагогічну підтримку та сприяють інтеграції дітей з особливими освітніми потребами в загальноосвітній простір. Водночас законодавча база, зокрема Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю», передбачає механізми забезпечення рівного доступу до працевлаштування, хоча їх реалізація на практиці залишається обмеженою (Закон України, 2020).

Попри активний розвиток інклюзивних практик, доступ до психологічної допомоги в Україні залишається нерівномірним, особливо в регіонах, що зазнали найбільшого впливу війни. Це свідчить про збереження системних бар'єрів, попри позитивні зміни.

Таким чином, ментальна інклюзія в Україні перебуває на етапі трансформації: з одного боку, зберігаються історично сформовані установки, що сприяють стигматизації, а з іншого – відбувається поступове розширення доступу до психологічної допомоги та зростання суспільної обізнаності.

Натомість фундаментом південнокорейського суспільства залишається конфуціанська традиція, що визначає чітку соціальну ієрархію, повагу до старших та сім'ї, а також колективну гармонію. Це формує специфічне ставлення до психічного здоров'я, де значну роль відіграє поняття «соціального обличчя» (*shaemyun*), яке виявляє моральну репутацію людини. Визнання психологічного дистресу або звернення по допомогу може сприйматися як втрата цього «обличчя», що впливає не лише на індивіда, а й на його родину. Через це поширюється практика уникнення соціальної критики та приховування емоційних труднощів (Joо, 2025).

У результаті, психологічний дистрес нерідко проявляється через тілесні симптоми, що сприяє соматизації стресу. На цьому ґрунті сформувався культурно специфічний синдром *hwa-byung* – стан пригніченого гніву, пов'язаний із тривалим емоційним стримуванням в умовах ієрархічних відносин. У професійному середовищі мовчазна згода підлеглих також часто розглядається як прояв поваги та спосіб збереження групової гармонії, навіть попри можливий негативний вплив на психологічний добробут (Joо, 2025).

У сучасних умовах традиційні культурні установки поєднуються з новими соціальними викликами. Внаслідок постійної загрози з боку КНДР присутній стан хронічної тривожності, через це до конфуціанської культури додається інституційний вплив мілітаризації, яка спричиняє високий рівень соціального тиску (наприклад, обов'язкова служба в армії), що негативно впливає на ментальний стан, особливо молоді (Jang & Ryu, 2025). Конфуціанський культ освіти трансформувався в надзвичайно конкурентну академічну систему, що спричиняє зростання рівня тривожності та депресивних станів серед дітей, тоді як обговорення емоційних проблем у навчальному середовищі досі часто асоціюється із соціальною поразкою та загрозою репутації родини (Min, 2025).

Окремим викликом є криза маскулінності, що ґрунтується на традиційних очікуваннях емоційної стриманості, самостійності та ролі чоловіка як фінансового «провайдера». Неможливість відповідати цим соціальним стандартам пов'язана з нижчою готовністю чоловіків звертатися по психологічну допомогу та вищими показниками психологічного дистресу, що віддзеркалюється у значно вищих рівнях самогубств серед чоловіків у порівнянні з жінками, особливо у старших вікових групах (S. Kim & Kim, 2025). (Kim & Kim, 2025).

Також важливо враховувати, що сучасна культурна динаміка не обмежується внутрішніми соціальними процесами, а значною мірою

формується під впливом глобалізації. Феномен «Халлю» (корейської хвилі) став одним із ключових проявів культурної глобалізації, інтегрувавши сучасну корейську масову культуру у світовий інформаційний простір. Цей процес охопив і Україну, де К-Рор та корейський кінематограф набули значної популярності серед молоді, формуючи нові культурні смаки та моделі ідентичності (Кан & Стелюк, 2025). Водночас глобальне поширення Hallyu супроводжується трансляцією специфічних соціокультурних норм, зокрема, жорстких стандартів зовнішності та поведінки, що впливають на сприйняття тіла й самоприйняття аудиторії (надмірно звужені ідеали тілесності, що часто досягаються через виснажливі дієти та контроль ваги). Це може призводити до невдоволення власною зовнішністю, зниження самооцінки та тілесної тривожності у фанатів. За ідеальним образом К-рор індустрії також приховуються високий психологічний тиск на артистів, кібербулінг та вигорання, що в окремих випадках призводило до трагічних наслідків. Водночас публічне обговорення цих проблем поступово сприяє зниженню стигматизації ментальних розладів і формуванню більш відкритого ставлення до психологічної допомоги як у Південній Кореї, так і в глобальному культурному просторі (Benjamin, 2019).

У міру того як глобалізація сприяє поширенню дискусій про інклюзію та ментальне здоров'я, все більш помітним стає розрив між глобальними тенденціями та національними реаліями в країні. Попри активну інтеграцію у світовий культурний простір і зростання уваги до психологічного добробуту, у Південній Кореї зберігаються глибоко вкорінені структурні, соціокультурні та інституційні бар'єри, що ускладнюють доступ до допомоги та посилюють нерівність у сфері ментального здоров'я. Тож у країні високий рівень економічного розвитку поєднується з системною кризою інклюзії. Станом на 2024 рік Південна Корея посідає перше місце серед країн ОЕСР за рівнем самогубств – 26,2 на 100 000 населення при середньому показнику 10,8 (J.-S. Kim, 2025). (Kim, 2025).

Ця ситуація зумовлена комплексною взаємодією бар'єрів різного рівня. Зокрема, соціокультурні бар'єри проявляються у високій стигматизації психічних розладів і страху соціального осуду, що обмежує звернення по допомогу; інституційні бар'єри пов'язані з ризиком дискримінації у сфері зайнятості та страхування через фіксацію психіатричних діагнозів; а фізичні та системні бар'єри показують недостатній розвиток амбулаторної та громадської підтримки, що призводить до надмірної інституціоналізації та ускладнює реінтеграцію осіб із психічними розладами у суспільство (Seo et al., 2022).

Якщо брати до уваги практики інклюзії у Південній Кореї, варто зазначити, що країна ратифікувала Конвенцію ООН про права осіб з інвалідністю (CRPD), що стало поштовхом до розвитку інклюзивних підходів. Держава поступово розширює систему соціального захисту та реабілітації, особливу увагу приділяє ранній діагностиці серед населення (скринінг на депресію при обов'язковому державному медогляді, зокрема, у 80% солдатів була виявлена депресія), створює регіональні реабілітаційні центри й

програми підтримки (наприклад, програма «Дякую, вибач, любов» (TSL) продемонструвала стимулювання позитивних змін у солдатів та ставлення до них), запроваджує законодавчі вимоги щодо працевлаштування осіб з інвалідністю у великих компаніях, а також переходить до інклюзивного навчання в освіті (Jang & Ryu, 2025). Водночас доступ до послуг залишається обмеженим: лише 28,2% з тих, хто має депресію, отримали професійну допомогу, а серед людей з психічними розладами – 7,2% (Rim et al., 2023).

Попри наявні інституційні зрушення, у сфері інклюзії зберігаються суттєві бар'єри. Соціально-культурні чинники пов'язані з впливом конфуціанських норм, що підкреслюють соціальну ієрархію та «нормативність», а також зі значною стигматизацією людей із психічними розладами. Так, за даними опитування 2024 року, 64,6% респондентів вважають таких людей більш небезпечними, а 50,7% припускають соціальну дистанцію з боку оточення (Jun, 2024).

Інфраструктурні обмеження проявляються у нерівномірному доступі до послуг: заклади психологічної реабілітації відсутні у 45,9% регіонів, а система відчуває нестачу фінансування та кадрів, оскільки більшість фахівців з ментального здоров'я працює у лікарнях, а не в громадських інклюзивних програмах. В освітній сфері спостерігається розрив між формальною інклюзією та реальною участю учнів через нестачу підготовлених педагогів. У трудовій сфері, попри існування квот, їх виконання часто є неповним, а дискримінація, зокрема пов'язана з медичними записами («F-код»), залишається поширеним бар'єром працевлаштування (64% згадок) (Na et al., 2025).

Зіставлення України та Південної Кореї є показовим, адже дозволяє простежити як спільні закономірності впливу стресових факторів, так і суттєві відмінності у способах їх переживання та соціального осмислення. В Україні провідним джерелом стресу виступає повномасштабна війна з Росією, яка зумовлює загрозу життю, втрати, вимушене переміщення населення, економічну нестабільність, а також постійне інформаційне навантаження і відчуття невизначеності майбутнього. Натомість у Південній Кореї стресові чинники переважно мають внутрішньосоціальний характер і пов'язані з високим рівнем конкуренції в освітній та професійній сферах, культурою досягнень і значним соціальним тиском, доповненими геополітичною напругою у відносинах із Північною Кореєю.

Наслідки тривалого стресу в обох країнах мають психологічний і соціальний вимір, однак в Україні вони є більш відкритими та пов'язані з емоційним виснаженням, тривожними розладами й масштабним травматичним досвідом, тоді як у Південній Кореї частіше проявляються приховано через соматизацію, емоційне пригнічення, культурно специфічні стани та високий рівень суїцидальності.

Порівняльний аналіз ментальної інклюзії засвідчив, що як в Україні, так і у Південній Кореї наявні як позитивні, так і проблемні аспекти її реалізації. Зокрема, в Україні набуває розвиток кризової та громадської психологічної допомоги, що посилюється участю волонтерського руху. Впроваджуються

державні ініціативи у сфері психічного здоров'я, розвиваються громадські (community-based) сервіси за підтримки Всесвітньої організації охорони здоров'я, функціонують інклюзивно-ресурсні центри у сфері освіти, створюються громадські та кризові центри (онлайн-підтримка), діють законодавчі механізми соціального захисту та працевлаштування вразливих груп населення. Водночас зберігаються проблеми нерівного доступу до зазначених послуг та обмеженість ресурсного забезпечення. У Південній Кореї присутня рання діагностика, шкільна інклюзія та спеціальна підтримка для вразливих учнів, розвинена мережа державних центрів психічного здоров'я у громадах, кампанії проти стигматизації (через освіту, медіа), використання онлайн-платформ, додатків для психологічної допомоги, створені квоти для працевлаштування людей з інвалідністю та держпідтримка роботодавців, однак зберігається висока стигматизація та низька кількість звернень.

Тож в Україні та Південній Кореї ментальна інклюзія формується під впливом як культурних, так і структурних чинників, які по-різному визначають способи переживання стресу та ставлення до психічного здоров'я. Попри відмінність контекстів, обидві країни стикаються зі спільними викликами, зокрема стигматизацією психічних розладів, обмеженим доступом до послуг та нерівномірністю розвитку інклюзивних практик.

В Україні основним фактором впливу є зовнішня кризова ситуація, пов'язана з війною, що зумовлює зростання психоемоційного навантаження, але водночас сприяє підвищенню відкритості до обговорення ментального здоров'я та розвитку інклюзивних підходів. У Південній Кореї, попри високий рівень економічного розвитку та інституційне забезпечення, ключовими бар'єрами залишаються соціокультурні норми, що передбачають збереження «соціального обличчя», емоційну стриманість і відповідність соціальним очікуванням. Це обмежує звернення по допомогу та сприяє прихованим формам психологічного дистресу, що проявляється, зокрема, у високих показниках суїцидальності та соматизації стресу.

Обмін досвідом між країнами може стати важливим ресурсом для розвитку ментальної інклюзії. Для України актуальним є запозичення більш системного підходу до організації ранньої діагностики психіатричних захворювань, розвитку реабілітаційної інфраструктури та підвищення ефективності реалізації інклюзивної політики. Водночас для Південної Кореї важливим є посилення процесів, пов'язаних з подоланням стигматизації психічного здоров'я, розширення відкритого суспільного діалогу та підтримка практик емоційної виразності.

У контексті глобальних викликів, таких як соціальна нестабільність, зростання рівня стресу та трансформація культурних норм, розвиток ментальної інклюзії набуває ключового значення як чинник соціальної згуртованості, зниження нерівності та забезпечення сталого розвитку суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

- Безрук, О. О. (2019). Мобілізаційний потенціал суспільства ризику: політологічний аспект. *Сучасне суспільство*, 1(17), 30–41.
<https://dspace.hnpu.edu.ua/items/51722dc4-924e-40f8-a3a4-6782a97cefa6>
- Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні». (2020). *Відомості Верховної Ради України*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12/ed20201016#Text>
- Кан, Д. С., & Стелюк, М. (2025). Феномен сучасної корейської культури – корейська хвиля Халлю. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*, 60, 71–77. https://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/60_2025/11.pdf
- Benjamin, J. (2019). Talking about mental health is still taboo in K-pop, but things are changing. *Teen Vogue*. <https://www.teenvogue.com/story/mental-health-taboo-k-pop-change>
- Bohlmeijer, E. T., & Westerhof, G. J. (2021). The model for sustainable mental health: Future directions for integrating positive psychology into mental health care. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 747999. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.747999>
- Jang, D., & Ryu, W. (2025). *The role of interdisciplinary convergence for mental health among Korean military servicemen: Focusing on depression and salivary dehydroepiandrosterone-sulfate*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/389079828_The_Role_of_Interdisciplinary_Convergence_for_Mental_Health_Among_Korean_Military_Servicemen_Focusing_on_Depression_and_Salivary_Dehydroepiandrosterone-Sulfate
- Joo, E. (2025). Indigenous psychology of mental health in South Korea. *Asia Pacific Journal of Counselling and Psychotherapy Research Insights*, 11(8), 651–658.
<http://apjcriweb.org/content/vol11no8/40.pdf>
- Jun, J.-h. (2024, July 4). 7 in 10 Koreans experienced mental health problems last year. *The Korea Times*. <https://www.koreatimes.co.kr/southkorea/health/20240704/7-in-10-south-koreans-experienced-mental-health-problems-last-year>
- Kim, J.-S. (2025, September 25). Suicide overtakes cancer as top cause for South Koreans in 40s. *The Chosun Daily*.
<https://www.chosun.com/english/nationalen/2025/09/25/3VKBLB45ZZH2HA6XOTAZ4EZXEQ/>
- Kim, S., & Kim, D. (2025). Mental health help-seeking among Korean men: The influence of stigma, masculine norms, and face. *BMC Psychology*, 13, Article 2793.
<https://doi.org/10.1186/s40359-025-02793-y>
- Min, C. C. (2025, October 9). Opinion: Mental health in Korean, US schools. *The Korea Times*.
<https://www.koreatimes.co.kr/opinion/20251009/mental-health-in-korean-us-schools>
- Na, S., Kahng, S. K., & Solomon, P. (2025). Impact of discrimination on help-seeking behavior among individuals with serious mental illness in South Korea: Role of social participation services. *Community Mental Health Journal*. <https://doi.org/10.1007/s10597-025-01458-9>
- Office of the President of Ukraine. (2025). *Mental health in every area of life: The First Lady summarized the implementation of «How Are You?» this year*.
<https://www.president.gov.ua/en/news/mentalne-zdorovya-u-kozhnij-sferi-zhittya-persha-ledi-pidbil-102105>
- Rim, S. J., Hahm, B.-J., Seong, S. J., Park, J. E., Chang, S. M., Kim, B.-S., An, H., Jeon, H. J., Hong, J. P., & Park, S. (2023). Prevalence of mental disorders and associated factors in Korean adults: National Mental Health Survey of Korea 2021. *Psychiatry Investigation*,

20(3), 197–208. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10064208/pdf/pi-2022-0307.pdf>

- Seo, H. Y., Song, G. Y., Ku, J. W., Park, H. Y., Myung, W., Kim, H. J., Baek, C. H., Lee, N., Sohn, J. H., Yoo, H. J., & Park, J. E. (2022). Perceived barriers to psychiatric help-seeking in South Korea by age groups: Text mining analyses of social media big data. *BMC Psychiatry*, 22, Article 312.
https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9102713/pdf/12888_2022_Article_3969.pdf
- World Health Organization. (2020). *Ukraine: WHO special initiative for mental health — Situational assessment*. <https://www.who.int/docs/default-source/mental-health/special-initiative/who-special-initiative-country-report---ukraine---2020.pdf>

Герасимчук Тетяна¹Email: tetiana.herasimchuk@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706287>**Гендерна візуалізація в культурі:
прояви теорії Гоффмана у сучасному
кіно (на прикладі х/ф «Я, «Победа» і
Берлін»)**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

У 1976 році Ірвінг Гоффман, американський соціолог, антрополог та письменник, опублікував працю під назвою «Гендерна реклама» («Gender Advertisements»). У цій роботі він проводив дослідження 500 фотографій у рекламі, пресі та з сімейних архівів. Соціолог розглядав візуальне зображення людей різних статей: композицію їхнього розташування, рід діяльності, взаємодію з іншими людьми на фотографії та тому подібне. Також він аналізував як живі, не постановочні кадри, де люди невимушено представляють свій образ, так і зрежисовані фото для реклами, які були якісно продумані для виконання певної мети (Goffman, 1976/1987, с. 10–23). У своїй роботі я буду розглядати фільм, який був зрежисований, тому буду використовувати підхід до аналізу постановочних фотографій.

Для аналізу я обрала фільм «Я, «Победа» і Берлін», який був створений у 2024 році режисеркою Ольгою Ряшиною на основі однойменної повісті Кузьми Скрябіна, де він розповідає про пригоди зі свого життя. Головним героєм у фільмі є сам Кузьма, роль якого виконав Іван Бліндар. Стрічка стала найкасовішою за 2024 рік, оскільки зібрала більше ніж 59 мільйонів гривень і досі залишається у топах українських фільмів за касовими зборами (Я, «Победа» і Берлін, б. д.). Відповідно кінофільм був розрахований на масового глядача. Згідно з дослідженнями Ірини Гавран та Яни Попової, кінострічки здатні впливати на підсвідомому рівні на велику кількість населення та впливати на формування їхнього світосприйняття та розуміння суспільних норм (Гавран & Попова, 2019, с. 182–185). Тому важливо розуміти, які гендерні норми закладаються у фільмі та як зменшити стереотипізацію гендерів у кіно.

Перша з характеристик, яку я розглядала для аналізу – це «Відносний розмір» (Relative Size). Гоффман дослідив, що частіше зображують чоловіків вищими за жінок, щоб зобразити їхній статус, зверхність та керування жінкою, але коли жінку зображали вищою за чоловіка, це було або у форматі жарту, або чоловік дійсно був «нижчим рангом» або догоджав жінці (прислуга, офіціант, робітник) (Goffman, 1976/1987, с. 28–29). У фільмі, який я аналізувала, стався винятково цікавий випадок. Актори, які грають Кузьму та Барбару, приблизно однакового зросту, але у сцені, де хлопець сварив дівчину, він підняв голову вгору, а вона опустила, щоб візуально продемонструвати цю «зверхність» (див. рис. 1).

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Наступна характеристика, яку виокремлює Гоффман, це – «Жіночий дотик» (The Feminine Touch). Гоффман стверджує, що у рекламі часто зображують жіночі руки, які ледве торкаються до предметів, щоб показати ніжність, легкість. Часто це виступає у контрасті з чоловічою «хваткою», який всіма пальцями міцно тримається за предмет, і жінка використовує лише деякі пальці, або лише їх кінчики (Goffman, 1976/1987, с. 29–31). У фільмі «Я, «Победа» і Берлін» є сцена, де Барбара сидить у машині та ледве доторкається до машинного дзеркала. Також є фрагмент поцілунку, де хлопець міцно тримає дівчину за шию, а вона ніжно поклала руку йому на груди, що узгоджується з теорією Гоффмана (див. рис. 2).



Рисунок 1. Кадр з кінофільму



Рисунок 2. Кадр з кінофільму

«Я, «Победа» і Берлін» (2024 р.)

«Я, «Победа» і Берлін» (2024 р.)

Наступна риса, яку я використала у своєму дослідженні – це «Ритуалізація підпорядкування» (The Ritualization of Subordination). Гоффман зазначає, що зазвичай жінок зображають лежачими на підлозі, оскільки це вважається «брудним» місцем, де лишають собак або взуття. Також дослідник зазначає, що жінки частіше «грають у переодягання», а чоловіки носять одяг поважно та серйозно (Goffman, 1976/1987, с. 40–56). У фільмі, який я розглядаю, є сцена, де Барбара лежить на спині у машині, а Кузьма напівлежить над нею, що може демонструвати візуальне підпорядкування (див. рис. 3). Також у стрічці є важливою деталлю червоні колготки Барбари, які виступають як гіперболізована проблема, оскільки дівчина одразу засмутилася, коли вони порвалися, а хлопець не сприймав цю ситуацію як серйозну, що зображує жіноче «переодягання» та чоловіче ставлення до цього.

Інша риса, яку спостерігав Гоффман – це «Дозволене відсторонення» (Licensed withdrawal), згідно з якою жінки часто зображаються замріяними, сором'язливими, вони відводять очі, прикривають лице, кусають пальці. Чоловіки водночас є «кам'яною стіною», за якою дівчина може сховатися у тяжку хвилину (Goffman, 1976/1987, с. 57–83). У фільмі є сцена, у якій Кузьма веде машину, а його дівчина Барбара дивиться на нього, тримає за вікном колготки, поводить абсолютно розслаблено та невимушено, коли ж хлопець сконцентрований на водінні машини (див. рис. 4). Проте більшість сюжету фільму Кузьма є наївним, спонтанним, а Барбара навчає хлопця, наставляє на «правильний шлях», виконує роль «мами». Також у стрічці є героїня Ден, з

якою Кузьма знайомиться у нічному клубі, коли до неї пристають чоловіки. Хоча Кузьма стає спочатку її «рятивником», проте більшість роботи з «обеззброєння» нападників зробила саме жінка: штовхнула, щоб втекти від них, та почала їх бити. Також була сцена, де необхідно було вколоти антидот людині, поки чоловіки були розгублені, Ден взяла на себе цю роботу. Тому відсторонення, як характеристика, у більшості відсутнє у кінострічці, проте маленькі фрагменти можна знайти.



Рисунок 3. Кадр з кінофільму



Рисунок 4. Кадр з кінофільму

«Я, «Победа» і Берлін» (2024 р.)

«Я, «Победа» і Берлін» (2024 р.)

Наступна характеристика за Гоффманом – це «Ранжування функцій» (Function Ranking). Згідно з нею, зазвичай, коли зображають жінку і чоловіка, які працюють на одній роботі, то чоловік буде мати вищу позицію. Також, що чоловіки часто зображені як інструктори, які повчають жінку, чи контролюють її роботу (Goffman, 1976/1987, с. 32–37). У фільмі «Я, «Победа» і Берлін» не було героїв, які б мали спільну роботу, проте всі, з ким головні герої мали ділові справи – це були чоловіки. Жінки у цих ділових справах були присутні лише у ролях секс-працівниць мафії, примхливої дружини чи просто фанаток гурту (див. рис. 5). Повчань чи контролю я у фільмі не виявила, але гендерна нерівність у статусі героїв присутня.

Остання риса, яку б я хотіла розглянути – це «Родина» (The Family). Гоффман зазначає, що зазвичай на фотографіях зображають родину, де сильніший зв'язок відбувається між батьком та сином і відповідно між матір'ю та донькою. Інколи чоловіки стоять подалі від усієї родини, бо вони мають захищати її, бути наготові у випадку небезпеки (Goffman, 1976/1987, с. 37–40). У фільмі відсутнє центральне зображення родини, яке можна проаналізувати, єдина сім'я у стрічці – це Ден та її батько, голова турецької мафії. Він хотів стратити Кузьму, бо той побився з племінником мафіозі, проте передумав, коли дізнався, що головний герой врятував його доньку від розбійників (див. рис. 6). Виходить, що для турка сильнішим є зв'язок з дочкою, ніж з племінником, що може бути пов'язано як зі ступенем родинної близькості, так і з гендерною характеристикою.



Рисунок 5. Кадр з кінофільму



Рисунок 6. Кадр з кінофільму

«Я, «Победа» і Берлін» (2024 р.)
(2024 р.)

«Я, «Победа» і Берлін»

У висновку можна зазначити, що у фільмі використано достатню кількість прийомів, про які зазначав Гоффман у своїй праці. Можна побачити, що у сучасному кінематографі досі існують стереотипи, які були актуальні ще 50 років тому. Можливо, вони не закладалися спеціально, задля популяризації стереотипізації гендеру, проте важливо розуміти підтексти, які закладаються у художні фільми й на підсвідомому рівні впливають на світосприйняття багатьох людей. Ця стрічка, як і багато інших, спрямована на масового глядача і це несе велику відповідальність для творців, як суспільні норми з фільму будуть відрефлексовані особистістю та спроектовані на реальне життя. Необхідно змінювати норми зображення жінок та чоловіків, щоб не розвивати стереотипне бачення гендеру у майбутніх кінокартинах.

ЛІТЕРАТУРА

- Гавран, І., & Попова, Я. (2019). Роль кінематографа у житті сучасної людини. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*, 2(2), 181–187.
<https://doi.org/10.31866/2617-2674.2.2.2019.185700>
- Я, «Победа» і Берлін. (б. д.). Dzyga MDB. <https://dzygamdb.com/uk/films/1631>
- Goffman, E. (1987). *Gender advertisements*. Harper Torchbooks.
http://www.publiccollectors.org/Goffman_Gender.pdf (Оригінал опубліковано 1976 р.)

Голобородько Анна¹

Email: anna.holoborodko1@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706536>

Реституція культурної спадщини України: від міжнародних прецедентів «Портрета Валлі» та «Скіфського золота» до стратегій захисту Херсонського художнього музею

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Проблема збереження та повернення культурної спадщини в умовах сучасних збройних конфліктів ХХІ століття набула глобального значення, трансформувавшись із суто мистецтвознавчої площини в юридичну, етичну та геополітичну. Повномасштабна агресія Російської Федерації проти України супроводжується цілеспрямованим нищенням національної ідентичності, невіддільною частиною якого є системне, сплановане та масштабне пограбування музейних фондів. Херсонський художній музей імені Олексія Шовкуненка став одним з епіцентрів цієї трагедії, втративши понад 10 000 одиниць зберігання, що становить понад 80% його унікальної колекції. Ця збірка, що репрезентувала мистецтво Півдня України та світові шедеври, збиралася десятиліттями, і її втрата є культурною катастрофою не лише національного, а й європейського масштабу.

Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю критичного переосмислення чинних міжнародних механізмів реституції. Традиційні правові інструменти, розроблені переважно за результатами Другої світової війни, часто виявляються малоефективними проти гібридних методів «культурного мародерства». Агресор намагається легітимізувати свої дії під виглядом «гуманітарної евакуації» або «тимчасового збереження», що вимагає від української наукової та музейної спільноти розробки нових стратегій. Метою роботи є аналіз успішних світових прецедентів — справи «Портрета Валлі» та процесу щодо «Скіфського золота» — для формування нової парадигми захисту українських цінностей, що базується на поєднанні суворого міжнародного права, етичних стандартів провенієнції та новітніх цифрових технологій превентивної безпеки.

Розвиток міжнародного артринку у другій половині ХХ століття супроводжувався поступовим посиленням контролю за походженням об'єктів мистецтва. Важливим етапом у цьому процесі стало прийняття у Сполучених Штатах Америки National Stolen Property Act (NSPA) у 1934 році. Цей закон встановив революційний для свого часу принцип: будь-яке майно, ідентифіковане як викрадене, підлягає арешту та вилученню правоохоронними органами при спробі перетину державного кордону або кордонів штатів. Ключовим моментом є те, що статус «викраденого» не

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

зникає з часом, незалежно від кількості проміжних власників чи добросовісності останнього покупця.

Найбільш показовим кейсом, що активував дію NSPA у контексті воєнних пограбувань, стала справа «Портрета Валлі» Егона Шіле. Історія викрадення цієї картини у 1939 році у єврейської галеристки Леї Бонді-Ярай ілюструє класичну механіку «державного мародерства». Нацистський торговець мистецтвом Фрідріх Вельц примусово вилучив полотно, використовуючи політику «аріїзації» бізнесу та особистий тиск на власницю. Після завершення війни картина, замість повернення законній власниці, помилково потрапила до фондів уряду Австрії, а згодом — до рук Рудольфа Леопольда.

Особливої уваги заслуговує постать Рудольфа Леопольда, засновника всесвітньо відомого Музею Леопольда у Відні. Знаючи про претензії Леї Бонді та сумнівне походження картини, він свідомо приховував інформацію про її шлях до колекції. Постає надзвичайно гостре питання про моральну та професійну відповідальність приватних колекціонерів та музейних кураторів перед історією. Леопольд десятиліттями маніпулював прогалинами в австрійському законодавстві, змушуючи спадкоємців жертв Голокосту роками боротися за справедливість. Прецедент 1997 року, коли «Портрет Валлі» був заарештований у Нью-Йорку прямо в стінах МоМА, продемонстрував: етичні зобов'язання музейної спільноти та законність провенієнції є пріоритетними над термінами давності. Судовий розгляд, що тривав 13 років, завершився у 2010 році виплатою 19 мільйонів доларів спадкоємцям, що фактично стало визнанням викрадення (U. S. Department of Justice, 2010). Для сучасної України цей кейс — залізобетонний аргумент: викрадене з Херсона майно ніколи не стане «легальним», скільки б років не минуло.

Якщо кейс Валлі фокусується на захисті приватної власності фізичних осіб, то тривалий судовий процес щодо «Скіфського золота» (2014–2023) висвітлює інший, не менш важливий аспект — суверенне право держави на свою культурну спадщину. Суперечка навколо експонатів з чотирьох кримських музеїв, які на момент окупації Криму перебували на виставці в Амстердамі, стала історичним тестом для європейської системи правосуддя.

Рішення Верховного Суду Нідерландів від 9 червня 2023 року стало тріумфом міжнародного права. Суд постановив, що експонати мають бути повернуті Державі Україна, а не кримським музеям, які перейшли під контроль окупаційної адміністрації. Ключовим інструментом тут виступила Конвенція ЮНЕСКО 1970 року про заходи, спрямовані на заборону та запобігання незаконному ввезенню, вивезенню та передачі права власності на культурні цінності. Суд визнав пріоритет суверенного права держави над «правом оперативного управління» окремих установ, що опинилися в зоні окупації (Supreme Court of the Netherlands, 2023).

Для Херсонського художнього музею цей прецедент формує чітку і недвозначну позицію: оскільки всі музейні предмети є частиною Державного музейного фонду України, будь-яке їхнє переміщення або відчуження без

згоди законних органів влади України є юридично нікчемним. Російська Федерація, вивозячи колекцію, порушує саме право суверенітету України на її культурні ресурси. Досвід Нідерландів доводить, що європейське право визнає Україну єдиним легітимним власником спадщини, що робить перебування херсонських картин у Криму чи РФ формою незаконного утримання за міжнародними стандартами.

Пограбування Херсонського художнього музею імені Олексія Шовкуненка у листопаді 2022 року — це не випадковий ексцес війни, а ретельно спланована ідеологічна операція, спрямована на культурне знекровлення регіону. З колекції було викрадено шедеври світового та національного рівня, які складають ядро південноукраїнської ідентичності.

Серед найбільш болючих втрат — полотно Івана Айвазовського «Вид міста Одеси» (1846), яке було гордістю колекції. Також викрадено роботи видатного майстра побутового жанру Миколи Пимоненка, зокрема картину «Святочне ворожіння», полотна Олексія Саврасова, а також цілий пласт унікальних ікон XVII–XIX століть, які репрезентують специфічну школу сакрального живопису Півдня. Ці об'єкти мають не лише величезну фінансову вартість, а й сакральне значення для української історії.

Дії окупаційної влади є прямим і грубим порушенням Гаазької конвенції 1954 року про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту. Стаття 4 цієї Конвенції зобов'язує сторони конфлікту поважати культурні цінності, розташовані на територіях, та забороняє будь-які форми мародерства, пограбування або незаконного привласнення у будь-якій формі (UNESCO, 1954). Нижче наведено детальний аналіз невідповідності дій агресора міжнародним нормам:

У боротьбі за повернення спадщини Україна активно співпрацює з Міжнародною радою музеїв (ICOM). Важливим етапом цієї співпраці стало видання «Надзвичайного червоного списку культурних об'єктів під загрозою — Україна» (2023). Цей документ є формою міжнародного попередження для колекціонерів, митників та антикварів про категорії об'єктів, які наразі перебувають під загрозою незаконного трафіку з території України (International Council of Museums [ICOM], 2023).

Червоний список ICOM виконує функцію «превентивної токсичності». Оскільки повний перелік вкрадених з Херсона предметів наразі уточнюється і доповнюється, такий список дозволяє маркувати цілі класи предметів (археологія, іконопис, живопис XIX ст.) як такі, що вимагають надзвичайно ретельної перевірки провенієнції. Це робить неможливим легальний продаж херсонських шедеврів на великих аукціонах у Лондоні чи Нью-Йорку, оскільки жодна авторитетна інституція не ризикне своєю репутацією, зв'язуючись з об'єктом із «червоної зони». Це форма інформаційної облоги, яка змушує викрадене мистецтво залишатися «в тіні», що з часом полегшує його виявлення правоохоронцями.

Проаналізувавши вищезгадані кейси «Портрета Валлі» та «Скіфського золота», я доводжу висновку, що успіх повернення спадщини залежить від поєднання юридичної бази та оперативної інформаційної політики. Як

майбутній культурний менеджер, я переконана, що ми маємо використовувати цифрові інструменти для підсилення нашої юридичної позиції.

По-перше, я вважаю, що ми маємо переосмислити роль оцифрування. Необхідно відійти від ілюзії необхідності миттєвого 3D-сканування всіх фондів, що потребує колосальних фінансових та часових ресурсів. Базовим стандартом має стати створення 3–4 високоякісних цифрових знімків кожного предмета з різних ракурсів. Це мінімальний «генетичний код» артефакту, який дозволяє ідентифікувати його навіть після фізичного пошкодження або зміни рами/окладу. Якісне фото сьогодні — це юридичний документ завтра. Якщо ми маємо чітке зображення та детальний опис провенієнції, закон працює на нас автоматично.

По-друге, я наполягаю на тому, що цифровізація музейного фонду на державному рівні є критичною для виконання норм Конвенції ЮНЕСКО 1970 року. На мою думку, єдиний цифровий каталог — це не лише зручна база даних, а інструмент, який робить викрадене майно «юридично видимим» для митних служб та Інтерполу. Позиція полягає в тому, що кожен експонат повинен мати цифровий слід: це позбавляє агресора можливості маніпулювати фактами. Навіть якщо певні експонати зберігаються у фондах десятиліттями, їхня цифрова присутність у реєстрі робить їх захищеними від безслідного зникнення.

По-третє, юридичні прецеденти минулого мають стати поштовхом для оновлення законодавства. Я вважаю за необхідне ініціювати розробку нових алгоритмів, які б дозволяли заарештовувати культурні активи РФ як заставу за викрадене українське мистецтво. Процес реституції має спиратися на етичний тиск: ми повинні довести міжнародній спільноті, що приховування викраденого (як це робив Рудольф Леопольд) є юридично караним злочином. Співпраця з ICOM та використання «Червоних списків» (2023) створює ситуацію «превентивної токсичності», що робить неможливим легальний продаж херсонських шедеврів на великих аукціонах.

Повернення культурної спадщини України, зокрема неоціненної колекції Херсонського художнього музею, — це тривалий і виснажливий процес, що вимагає синергії юристів, політиків, музейних менеджерів та ІТ-фахівців. Справи «Портрета Валлі» та «Скіфського золота» переконливо доводять, що світова правова система здатна відновлювати справедливість, якщо є чітка доказова база. Для перемоги на цьому фронті Україна має бути ініціатором нових стандартів. Кожна викрадена картина має «голосно» звучати у цифровому просторі. Доки ми забезпечуємо юридичну та інформаційну присутність кожного викраденого об'єкта в глобальному правовому полі, ми зберігаємо наше суверенне право на цю спадщину. Цифровізація — це не лише про технології, це про нашу відповідальність перед майбутніми поколіннями українців, які мають право бачити свою історію в залах вільних українських музеїв.

Таблиця 1. Порівняльний аналіз дій окупаційної влади РФ та норм Гаазької конвенції 1954 р.

Положення Конвенції	Вимога міжнародного права	Фактичні дії РФ у Херсоні
Стаття 4, п. 1	Зобов'язання поважати культурні цінності, не допускати їх використання з воєнною метою.	Перетворення музейного простору на зону бойових дій, мінування прилеглих територій.
Стаття 4, п. 3	Заборона будь-яких форм крадіжки, грабежу, привласнення або вандалізму щодо спадщини.	Системне вивезення понад 10 000 експонатів у фурах, часто без належного температурного режиму.
Стаття 5	Окупаційна влада повинна підтримувати зусилля національної влади щодо збереження цінностей.	Повне ігнорування законних запитів Міністерства культури України; силове захоплення установи.
Термін «Евакуація»	Допускається лише владою держави-власника у випадку загрози фізичного знищення.	Примусове вивезення на територію агресора (АР Крим та РФ) з метою привласнення майна.

ЛІТЕРАТУРА

- Закон України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» № 1068-XIV. (1999). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1068-14#Text>
- International Council of Museums. (2023). *Emergency Red List of Cultural Objects at Risk – Ukraine Edition*. ICOM. <https://icom.museum/en/resources/red-lists/>
- Living the War. (2024). *Stolen heritage: The empty halls of the Kherson Fine Art Museum*. <https://livingthewar.media/>
- Supreme Court of the Netherlands. (2023, June 9). *Judgment in the case of the “Scythian Gold” (Allard Pierson Museum vs. State of Ukraine)*. ECLI:NL:HR:2023:845.
- U. S. Department of Justice. (2010, July 10). *Settlement agreement regarding “Portrait of Wally”*. <https://www.justice.gov/>
- UNESCO. (1954). *Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict*. UNESCO. <https://bit.ly/3S1aiUj>

Клименко Валерія¹Email: valery197508@gmail.com<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706548>**Ностальгія як товар: комодифікація
минулого в сучасній культурі
споживання**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Сьогодення характеризується нестабільністю, емоційними потрясіннями та зламами усталених патернів щоденного життя. Люди шукають щось таке, що могло б, якщо не насправді, то хоча б створити ілюзію повернення до тих «старих добрих часів», щось, що могло б хоча б ненадовго відродити приємні спогади. Тому не дивно, що як відповідь на таку потребу можна спостерігати посилення інтересу до минулого, який проявляється як у культурних практиках, так і у сфері ринкових відносин.

За Daszkiewicz (2023), класичне визначення ностальгії наголошує на амбівалентному емоційному переживанні, яке пов'язане з приємними та водночас сумними спогадами про минуле. Наразі воно набуває нових форм функціонування в умовах соціальних трансформацій та прискорення темпів життя (Daszkiewicz, 2023).

Таким чином, це почуття все частіше використовується у маркетингових стратегіях, брендингу та дизайні продуктів. Ностальгічні переживання, що формуються в результаті взаємодії з об'єктами, що відповідають минулому досвіду, впливають на вподобання споживача. Як результат, споживач часто розвиває більшу емоційну прихильність до цього конкретного продукту (Holbrook, 2003). У цьому контексті ностальгія відіграє роль як процесу споживання, так і фактора, що розвиває прихильність до продуктів та впливає на їх сприйняття. Комерціалізація ностальгії, за якої емоційні переживання, пов'язані з минулим, перетворюються на продукт або символічний аспект продукту, привертає багато уваги. Дослідження показали, що ринок використовує ностальгічний контекст та зображення, щоб зробити продукти більш привабливими, змушуючи людей відчувати свою приналежність, стабільність та емоційний комфорт (Daszkiewicz, 2023). Водночас відбувається вибіркова реконструкція минулого за допомогою розбиття складних історичних обставин на комерційно привабливі та естетизовані речі.

Зокрема, у сучасній культурі споживання ностальгія дедалі більше вбудовується у логіку капіталістичного виробництва та обміну. Як зазначає Chrostowska (2010), у цих умовах відбувається капіталізація пам'яті, внаслідок чого емоційні переживання минулого стають відтворюваними, передаваними та придатними до комерційного використання. Подібний підхід узгоджується з дослідженнями у сфері комодифікації минулого, де підкреслюється, що культурні та історичні ресурси дедалі частіше включаються у ринкові процеси та трансформуються у споживчі продукти (Goulding, 2000).

¹ Студентка магістратури, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Таким чином, у сучасній культурі споживання відбувається трансформація ностальгії з індивідуального емоційного переживання у відтворений і стандартизований ресурс, що підлягає комерціалізації. Отже, аналіз механізмів, через які минуле реконструюється та інтегрується у ринкові практики, а також визначення ролі ностальгії як складової сучасних споживчих стратегій, постають актуальними питаннями сьогодення.

У межах теорій споживання важливим є також розуміння символічної природи товарів. Бодріяр зауважує, що у сучасному суспільстві споживання речі функціонують не лише як матеріальні об'єкти, але як носії знаків і значень, що підлягають інтерпретації та споживанню (Baudrillard, 1998). Таким чином, ностальгія може розглядатися як один із типів таких значень, що інтегрується у товарну форму та визначає її сприйняття.

Важливою характеристикою ностальгії є її вибірковий характер. Минуле не відтворюється у своїй повноті, а реконструюється у формі окремих образів, подій або станів, що набувають особливої емоційної значущості. Як показують дослідження, ностальгічні переживання часто пов'язані з ідеалізацією минулого та фокусуванням на позитивних моментах (Holak & Havlena, 1998). Така вибіркковість створює передумови для подальшого використання ностальгії у культурних та економічних практиках.

Варто зауважити, що ностальгічні переживання формуються у взаємодії з конкретними об'єктами: речами, місцями або символами, які асоціюються з попереднім досвідом. Такі об'єкти можуть виступати носіями пам'яті та викликати стійкі емоційні реакції, що впливають на формування індивідуальних уподобань (Holbrook, 2003). У результаті цього виникає феномен емоційного зв'язку між споживачем і певними товарами або образами, який зберігається упродовж тривалого часу. Цей зв'язок набуває особливого значення, оскільки сучасні ринки дедалі більше орієнтуються на символічні та емоційні аспекти товарів.

Комодифікація минулого передбачає включення культурних й історичних ресурсів у ринкові механізми, внаслідок чого вони трансформуються у продукти, орієнтовані на споживача (Goulding, 2000). При цьому відбувається не буквальне відтворення минулого, а його адаптація до вимог ринку, що передбачає спрощення, естетизацію та акцент на емоційно привабливих аспектах.

Попередньо розглянуте теоретичне підґрунтя дає змогу проаналізувати сучасні тенденції комодифікації ностальгії та минулого у споживчих практиках.

У 2025 році заклад «Будинок великого дива» у місті Київ, який спеціалізується на незвичних стравах з шоу-подачею, представив «ностальгічне» меню. У ньому були такі позиції: коктейль Бест Френдс Форевер, який подавався разом з альбомом друзів, який був популярним серед дітей у період з середини 1990-х до середини 2000-х років; лимонад Крем-Сода та «Ностальгічна штучка». В останньому ностальгія винесена безпосередньо у назву і тим самим постає як основна цінність. У цьому випадку товар пропонується споживачеві не лише як матеріальний об'єкт, але

як спосіб відтворення певного емоційного стану, пов'язаного з уявленням про минуле. Така стратегія демонструє, що ностальгія функціонує як самостійний елемент товарної пропозиції, який не потребує додаткового обґрунтування через функціональні характеристики продукту.

Важливо підкреслити, що у подібних кейсах відбувається не відтворення конкретного історичного досвіду, а його символічна реконструкція. Минуле постає у спрощеній та естетизованій формі, позбавленій суперечностей і негативних аспектів. Таким чином, товар апелює не до реального досвіду, а до його ідеалізованого образу, який легко зчитується і викликає позитивні емоційні асоціації. Це відповідає описаному у теоретичній частині механізмам вибіркової реконструкції минулого та його адаптації до ринкових потреб (Goulding, 2000).

Окрім окремих продуктів, подібна логіка простежується й у ширших споживчих практиках. Зокрема, значна кількість товарів представляється через апеляцію до «смаку дитинства», використання ретро-дизайну упаковок або відтворення стилістики минулих років. У таких випадках ностальгія не завжди артикулюється безпосередньо, але залишається ключовим елементом комунікації між брендом і споживачем. Подібні стратегії дозволяють формувати емоційно насичені образи товарів і підсилювати їхню привабливість коштом асоціацій із позитивним досвідом (Daszkiewicz, 2023).

Важливим є те, що у таких практиках ностальгія функціонує як універсальний ресурс, який може бути застосований до різних категорій товарів. Незалежно від їх функціонального призначення, продукти набувають додаткового значення через включення у них символічного виміру, пов'язаного з минулим. У цьому сенсі підтверджується теза про те, що споживання у сучасному суспільстві пов'язане не лише з використанням речей, але і з засвоєнням їхніх символічних значень (Baudrillard, 1998).

Таким чином, аналіз емпіричних прикладів демонструє, що комодифікація ностальгії відбувається як на рівні окремих продуктів, так і на рівні ширших споживчих практик. У цих процесах минуле трансформується у стандартизований набір образів і асоціацій, які можуть бути інтегровані у товарну форму та використані для формування емоційного зв'язку зі споживачем.

Водночас ностальгія у сучасному споживанні виконує не лише маркетингову, але й ширшу соціальну функцію. В умовах нестабільності та трансформації повсякденного життя вона може виступати як символічний ресурс, що сприяє формуванню відчуття стабільності, поверненню до спокою та емоційного комфорту. Саме це зумовлює її високу ефективність у межах ринкових практик та пояснює її поширеність у сучасній культурі споживання.

Отже, ностальгія постає не лише як емоція, але як товар, що створюється, трансформується та споживається у межах сучасних соціально-економічних процесів, що відкриває перспективи для подальшого дослідження її ролі у формуванні споживчих практик та культурних значень.

ЛІТЕРАТУРА

- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. SAGE Publications.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self in consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Chrostowska, S. D. (2010). Consumed by nostalgia? *SubStance*, 39(2), 52–70. <https://doi.org/10.1353/sub.0.0086>
- Daszkiewicz, M. (2023). Nostalgia marketing: Conceptual framework and implications for consumer behavior. *Ekonomia – Wrocław Economic Review*, 29(4). Acta Universitatis Wratislaviensis No 4195.
- Davis, F. (1979). *Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*. Free Press.
- Goulding, C. (2000). The commodification of the past, postmodern pastiche, and the search for authentic experiences at contemporary heritage attractions. *European Journal of Marketing*, 34(7), 835–853. <https://doi.org/10.1108/03090560010331298>
- Holak, S. L., & Havlena, W. J. (1998). Feelings, fantasies, and memories: An examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research*, 42(3), 217–226. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00119-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00119-7)
- Holbrook, M. B. (2003). Nostalgic bonding: Exploring the role of nostalgia in the consumption experience. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(2), 107–127.
- Niemeyer, K. (Ред.). (2014). *Media and nostalgia: Yearning for the past, present and future*. Palgrave Macmillan.

Ладинська Марія^IEmail: *mariia.ladynska@knu.ua***Складенко Яся^{II}**Email: *yasia.skliarenko@knu.ua*<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706586>

Гендерні бар'єри в сучасному автоспорті

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Питання гендерної рівності в спорті досі залишається актуальним, попри всі зусилля спортсменок(-ів) та активісток(-ів). Проте якщо у більшості видів спорту є окремі команди для жінок та чоловіків та загалом спорт відкритий для кожного, то в мотоспорті, а особливо у Формулі 1, поріг входу дуже високий навіть для чоловіків і тим паче для жінок. Шанс потрапляння до формульних серій дуже часто залежить не від особистих якостей та навичок гонщиків, а від фінансових та соціальних привілеїв їхніх сімей. Велику роль також відіграє дотичність когось із членів сім'ї до світу Формули 1. Якщо брати усіх гонщиків, що змагаються у 2026, то 59% мають забезпечених батьків, а 36% – родину, що була залучена до Формули 1 ще до початку кар'єри гонщика (див. табл. 1). І тільки 36% гонщиків не мали ні фінансових, ні соціальних ресурсів до початку кар'єри. Звісно, порівняно із ранніми етапами чемпіонату ситуація покращилась, хоча усе одно зберігається таке поняття, як «*pay driver*», тобто людина, яка потрапляє в команду не за свої успіхи, а через наявність спонсорів, яких потребує команда. Проте в цій публікації ми зосередимось саме на гендерному аспекті мотоспорту, зокрема у формульних серіях.

Доволі важливою частиною інтеграції жінок у мотоспорт є Академія Формули 1 (F1 Academy). Це гоночний чемпіонат для жінок, що був створений у 2023 році. У чемпіонаті виступають 15 учасниць, що мають рівні технічні можливості (боліди відрізняються тільки дизайном, усі технічні характеристики однакові). Переможниця чемпіонату отримує фінансові ресурси та підтримку для продовження своєї кар'єри у формульних серіях. Такий підхід дає шанс молодим спортсменкам реалізувати себе у спорті, що керується переважно чоловіками. І хоч чемпіонат все ще доволі молодий, щоб повноцінно зробити висновок про його вплив на спорт, проте за весь час його існування там змагалось 46 жінок. Незважаючи на те, що приз отримує тільки одна переможниця, чемпіонат забезпечує видимість для інших учасниць, які отримують прихильність фанатів та спонсорів. Таким чином багато команд Формули 1 беруть учасниць до своїх юніорських академій, що дає шанс розвиватися в спорті нарівні з чоловіками. До цього вже були спроби створити чемпіонати, що допоможуть жінкам із інтеграцією в автоспорт, проте Академія Формули 1 наразі залишається найбільш успішною.

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

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

Таблиця 1. Наявність у гонщиків, що змагаються у 2026 році, фінансових та соціальних ресурсів до початку кар'єри (1 – так, 0 – ні)

Ім'я	Фінансові ресурси	Соціальні ресурси	Разом
Джордж Рассел	0	0	0
Льюїс Гемілтон	0	0	0
Ісаак Аджар	0	0	0
Фернандо Алонсо	0	0	0
Франко Колапінто	0	0	0
Естебан Окон	0	0	0
Ліам Ловсон	0	0	0
Валттері Боттас	0	0	0
Оскар Піастрі	1	0	1
П'єр Гаслі	0	1	1
Арвід Лінблад	1	0	1
Ніко Гюлькенберг	1	0	1
Габрієл Бортोलето	1	0	1
Ландо Норріс	1	0	1
Олівер Берман	1	0	1
Андреа Кімі Антонеллі	1	1	2
Шарль Леклер	1	1	2
Макс Ферстаппен	1	1	2
Карлос Сайнс	1	1	2
Александр Албон	1	1	2
Ленс Стролл	1	1	2
Серхіо Перес	1	1	2
Капітал %	59%	36%	
Відсутність ресурсів	36%		
Тільки фінансові ресурси	27%		
Тільки соціальні ресурси	5%		
Фінансові+соціальні ресурси	32%		
Загалом	100%		

Крім того, варто звернути увагу на те, що багато жінок займають «невидимі ролі» у Формулі 1. Це гоночні інженерки, стюардки, аналітикині, журналістки та інші професії, які часто ігноруються, хоча теж роблять великий внесок у розвиток спорту. Наприклад, голову стратегічного відділу команди RedBull Racing Ханну Шмітц часто описують як чи не найголовніший фактор того, що команда виграла Чемпіонат Конструкторів у 2022 та 2023 роках, а також того, що головний гонщик команди Макс Ферстаппен виграв чотири чемпіонства підряд з 2021 по 2024 роки. Ханна Шмітц часто висловлюється про інклюзивність та досвід бути жінкою у світі Формули 1: «Але я зрозуміла, що це, здається, не відбувається [підвищення різноманітності та інклюзивності в Формулі 1 – прим. авторів]. Тому ми маємо бути рольовими моделями та кричати про те, наскільки ця робота хороша. Я беззаперечно люблю свою роботу, те, яка вона чудова і як я її виконую. Не

потрібно бути білим чоловіком середнього класу, щоб мати можливість займатись цією роботою» (Clancy, 2025). Також про позицію жінок у спорті висловлювалась Лаура Мюллер – перша гоночна інженерка Формули 1: «Для мене бути першою жінкою-інженеркою у Формулі 1 насправді доволі сумно. Але я думаю, що проблема в репрезентації» (Муїса, 2025). До того ж, дуже важливою жіночою фігурою в автоспорті є С'юзі Вольфф – наразі обіймає посаду директорки Академії Формули 1. Вона коментує чемпіонат таким чином: «Найважливіше, що тепер є видима ціль. Є визначений шлях – покажи себе в картингу, перейди до Академії Ф1. Покажи себе там і твій шлях продовжується. Такої прозорості не існувало раніше» (Мее, 2026). Наявність у Формулі 1 жінок, що активно приймають рішення та розвивають спорт, сприяє коректній репрезентації та показує новим поколінням, що кар'єра у мотоспорті для жінки – це можливо.

Проте проблема гендерної рівності у Формулі 1 лежить глибше, ніж у самій історії чемпіонату. Довгий час спорт для чоловіків був способом сепарувати жінок від суспільного життя, використовуючи фізичну перевагу як фактор контролю (Dufur, 2006). Особливо це видно в мотоспорті, де агресивність, жорстокість та прояви гегемонної маскулінності активно заохочуються. Це явно проявляється у ставленні фанатів до гонщиків, що перемагають, використовуючи різкі тактики, часто на межі правил та регламенту. І отримують за це «патріархальний дивіденд» у вигляді уваги та слави (Connell, 1987). Наприклад, чотириразовий чемпіон Формули 1 Макс Ферстаппен дуже часто, особливо на ранніх роках своєї кар'єри, не боявся застосовувати агресивні прийоми та відкрито конфліктувати з іншими гонщиками. Хоча зараз ФІА (Міжнародна автомобільна федерація) намагається регулювати це краще, проте досі можемо зустріти доволі неприємні епізоди під час гонок.

Отже, Формула 1 пройшла доволі довгий шлях: від спорту для багатих білих чоловіків до більшої різноманітності та інклюзивності. Усе більше молодих жінок цікавляться цим спортом (Formula 1 & Motorsport Network, 2025), і суспільство стає більш відкритим до жінок у традиційно «чоловічих» сферах. Хоч за всю історію Формули 1 в чемпіонаті змагалось лише п'ятеро жінок, є підстави вважати, що такі ініціативи, як Академія Формули 1 та успішні жінки в автоспорті змінять це. (Formula 1 & Motorsport Network, 2025) і суспільство стає більш відкритим до жінок у традиційно «чоловічих» сферах. Хоч за всю історію Формули 1 в чемпіонаті змагалось лише п'ятеро жінок, є підстави вважати, що такі ініціативи, як Академія Формули 1 та успішні жінки в автоспорті змінять це.

ЛІТЕРАТУРА

- Clancy, R. (2025, March 8). Red Bull engineer Hannah Schmitz wants more women in F1 (and is here to help). *Motorsport.com*. <https://www.motorsport.com/f1/news/red-bull-f1-engineer-hannah-schmitz-role-model-international-womens-day/10701384/>
- Connell, R. (1987). *Gender and power: Society, the person, and sexual politics*. Stanford University Press.

- Dufur, M. J. (2006). Gender and sport. У *Handbook of the sociology of gender* (с. 583–599). Springer US.
- Formula 1, & Motorsport Network. (2025). *2025 Global F1 Fan Survey*. <https://cdn-8.motorsport.com/static/custom/piano/2025globalf1fansurvey.pdf>
- Mee, L. (2026, March 11). Susie Wolff reveals how attitudes to female racers have changed ahead of 2026 F1 Academy season. *Motorsport.com*. <https://www.motorsport.com/f1-academy/news/susie-wolff-reveals-how-attitudes-to-female-racers-have-changed-ahead-of-2026-f1-academy-season/10804205/>
- Mujica, N. (2025, March 9). Mueller, on being F1's first female race engineer: «It's actually quite sad.» *GPblog*. <https://www.gpblog.com/en/news/mueller-on-being-f1-s-first-female-race-engineer-it-s-quite-sad.html>

Мостебродська Євгенія¹

Email: yevheniia.mostebrodska@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706629>

Культурні символи на банкнотах як інструмент комунікації держави

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Гроші можна розглядати крізь призму різних соціальних підходів: як платіжний засіб, як візуальні носії соціокультурних смислів, а також як інструмент комунікації зі світом і трансляції національної ідентичності.

Дизайн формується таким чином, щоб відобразити унікальні риси держави, сформовані впродовж її історичного розвитку на перетині модерних суспільних змін. Через зображення, кольорові рішення та композицію гроші передають певний набір символів і смислів, пов'язаних із цінностями суспільства.

Зазвичай держава прагне репрезентувати постаті громадських, політичних і культурних діячів, а також увічнити видатні пам'ятки архітектури. Окрім цього, у деяких країнах важливу роль відіграють природні мотиви та анімалістичні зображення, що відображають географічне середовище та особливості національного простору (Гринько, 2024).

Науковим підґрунтям цієї статті є семіотичний підхід, зокрема ідеї Ролана Барта, який розглядає семіологію як науку про значення та форми їх вираження. Відповідно до цього підходу, будь-яка знакова система ґрунтується на взаємодії означника (матеріальної форми) та означуваного (смыслового наповнення), що в поєднанні утворюють знак як цілісну одиницю значення. Таким чином, значення не існує саме по собі, а формується через співвідношення візуального образу та закладеного в нього змісту.

Оскільки гама кольорів має прямий стосунок до сприймання індивідом банкноти, я також розгляну теорію психології кольорів Єви Хеллер. Вона полягає в тому, що кожен колір викликає у людини певні емоційні та символічні асоціації, які формуються під впливом середовища зростання та особистого досвіду.

У цій статті я проведу аналіз сучасних банкнот країн, які є представниками різних континентів та мають відмінні візуальні риси.

Кейс 1: Аналіз банкнот доларів США і євро як двох міжнародних валют

Довгий час американський долар та євро залишаються одними з найстабільніших міжнародних валют. Нижче наведено таблиці, які досконало описують взаємозв'язок між означником та означуваним за теорією Ролана Барта.

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Таблиця 1. Дослідження банкнот долара США

Номіна л	Означник			Тематика	Означуване Інтерпретація
	Аверс	Реверс	Основний колір		
\$1	Джордж Вашингтон	Велика печатка США (орел, піраміда, око провидіння)	Зелений	Політичний лідер, державна символіка	Образ державності, початок існування нової країни
\$5	Авраам Лінкольн	Меморіал Лінкольна	Фіолетово-зелений	Політика, меморіальна архітектура	Пам'ять про кризові періоди та подолання внутрішніх конфліктів
\$10	Олександр Гамільтон	Будівля Міністерства фінансів США	Помаранчево-жовтий	Державний діяч, інституційна архітектура	Акцент на фінансовій системі, управлінні економікою держави
\$20	Ендрю Джексон	Білий дім	Зелено-персиковий	Політичний лідер, політична архітектура	Виконавча влада, політичний центр країни.
\$100	Бенджамін Франклін	Зал незалежності	Блакитний	Інтелектуальний лідер, архітектура	Найпрестижніший номінал: успіх, статус, міжнародний вплив, інноваційність.



Рисунок 1. Приклади доларів США

Отже, на доларах США переважно зображені політичні діячі та архітектурні споруди, які символізують стабільність, велич і вплив держави. Основним кольором виявився зелений. Якщо першочергово його використання було пов'язане із запобіганням фальсифікації, то сьогодні він перетворився на усталений візуальний код грошей. У масовій культурі «зелень» стабільно асоціюється з фінансами, багатством і США в цілому. Проте, починаючи з 2013 року, в обіг увійшли «сині» гроші, а саме \$100 США,

що може слугувати сигналом про бажання відокремити державу від усталеного образу та зробити акцент на надійності, довірі та майбутньому.

Таблиця 2. Дослідження банкнот євро

Номінал	Означник			Тематика	Означуване Інтерпретація
	Аверс	Реверс	Основний колір		
€5	Арка античного стилю	Міст античного стилю	Сірий	Спільні архітектурні стилі Європи	Єдність, нейтральність, про всіх
€10	Арка романського стилю	Міст романського стилю	Червоний	Спільні архітектурні стилі Європи	Єдність, нейтральність, про всіх
€20	Готичне вікно	Міст готичного стилю	Блакитний	Спільні архітектурні стилі Європи	Єдність, нейтральність, про всіх
€50	Вікно епохи Ренесансу	Міст Ренесансу	Помаранчевий	Спільні архітектурні стилі Європи	Єдність, нейтральність, про всіх
€100	Бароко/рококо арка	Бароковий міст	Зелений	Спільні архітектурні стилі Європи	Єдність, нейтральність, про всіх
€200	Епоха Модерну	Міст індустріальної епохи	жовто-коричневий	Спільні архітектурні стилі Європи	Єдність, нейтральність, про всіх
€500	Сучасна архітектура XX ст.	Сучасний міст	Фіолетовий	Спільні архітектурні стилі Європи	Єдність, нейтральність, про всіх



Рисунок 2. Приклади євро

Євро репрезентує наднаціональну модель ідентичності. Відмова від зображення конкретних історичних постатей пов'язана з прагненням уникнути суперечностей між державами-членами. Натомість використано архітектурні образи вікон, арок і мостів як символи відкритості, єднання та нових можливостей (Lin & Mohamad Kamil, 2025). Варто зазначити, що

спороди, зображені на євро, раніше не існували, а з'явилися у 2011 році у Нідерландах.

Кольорове різноманіття євро формує певні психологічні асоціації, пов'язані з їх використанням у повсякденному житті. Банкнота номіналом €20, виконана у блакитному кольорі, є однією з найбільш уживаних у повсякденних розрахунках. Блакитний колір банкноти підсилює її сприйняття як зручного і безпечного платіжного засобу. Банкнота €100 має схожі асоціації із зеленими доларами. Фіолетовий колір банкноти €500 має виразно преміальний характер і асоціюється з престижем та винятковістю. Водночас цей номінал є маловживаним, а з 2019 року його поступово виводять з обігу, що додатково підкреслює його статус як рідкісного. У сукупності кольори банкнот євро створюють візуальну і символічну ієрархію номіналів, що підтримує сприйняття євро як стабільної та зрозумілої грошової системи.

Кейс 2: Анімалізм і природні особливості у дизайні банкнот доларів Фіджі

Для репрезентації тематики анімалізму та природи були обрані банкноти доларів Фіджі, оскільки саме в їхньому дизайні зображення тваринного світу, рослинності та довкілля займають центральне місце.

Таблиця 3. Дослідження банкнот доларів Фіджі

Номінал	Означник			Тематика	Означуване Інтерпретація
	Аверс	Реверс	Основний колір		
\$5	Зелена папуга, кошик із сіллю	Ігуана, пальма та квітка Масірату	зелений	Флора і фауна регіону	Природне багатство, екологічна унікальність
\$10	Місцева риба, ритуальне блюдо	Готель Grand Pacific, вулканічна вершина Джоскес-Тамб	фіолетовий	Фауна, архітектура, природні та культурні особливості	демонстрація туристичної привабливості
\$20	Фіджійський буревісник, море, скребок для кокосів	Сцени промислового виробництва, гора	блакитний	Фауна, природні та культурні особливості, промисловість	Спосіб життя, природна різноманітність
\$50	Традиційне намисто, дика рослина	Місцеві ритуали ягона і табуа	помаранчевий	Природні та культурні особливості	Традиції та культура

Номінал	Означник			Тематика	Означуване Інтерпретація
	Аверс	Реверс	Основний колір		
\$100	Національне намисто, комаха	Карта архіпелагу, малюнки, що позначають види туризму на Фіджі	жовтий	Фауна, природні та культурні особливості	Демонстрація кордонів та заклик туристів



Рисунок 3. Приклади доларів Фіджі

Аналізуючи кольори, простежуються детально підібрані відтінки, відповідні до кольорів зображеного означника. Кольори яскраві, насичені й «соковиті», що корелює з образом тропічної держави та викликає асоціацію з теплом та природним різноманіттям Фіджі.

Кейс 3: Концептуальні образи норвезьких крон

Норвезька крона є цікавим прикладом образності на банкнотах. На них зображені традиційно очікувані образи скандинавської країни, а саме тематика культурної та природної особливості: море, рибальство, кораблі та маяк на аверсі. Проте увагу привертає саме реверс.

На зворотному боці банкнот реалістичні сюжети трансформуються у концептуальні піксельні композиції, у яких закладене репрезентування контейнеровоза, рибальського човна, горизонту та нафтової платформи. Означниками виступають абстрактні геометризovanі піксельні форми, тоді як означуваними є інноваційність, свобода інтерпретації та сучасне переосмислення національної ідентичності.

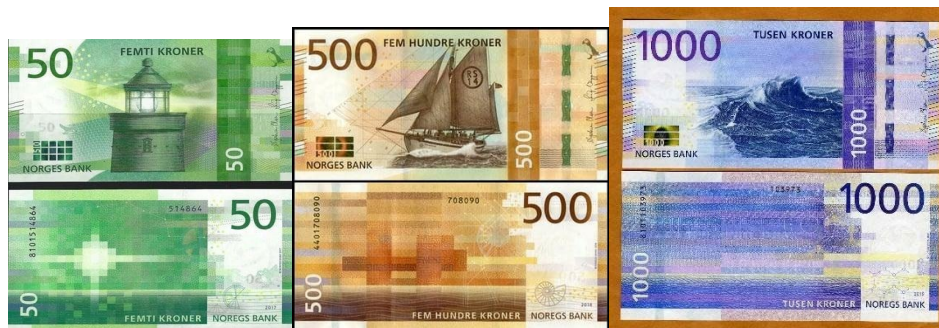


Рисунок 4. Приклади норвезьких крон

Палітра кольорів норвезьких банкнот частково перегукується з іншими сучасними валютами, адже використовує зелений, червоний, синій, помаранчевий і фіолетовий відтінки. Водночас ці кольори мають темніший і стриманіший тон, що формує образ стабільності, раціональності та характерного для скандинавської культури мінімалізму.

Висновки

Якщо долар США через колір асоціюється з грошима, то долар Фіджі — з образом країни. Порівняння долара США та євро демонструє два різні підходи до валютної комунікації. Євро має не індивідуалізоване, а колективне «обличчя», на відміну від долара США. Через зображення, кольори та дизайн держава транслює уявлення про себе, свою історію та цінності. Таким чином, банкноти виступають інструментом комунікації, спрямованим як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію.

ЛІТЕРАТУРА

- Гринько, Д. (2024). Використання анімалістичних ілюстрацій у грошових знаках: міжнародний досвід. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 7(1), 52–66. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.1.2024.300921>
- Коваль, В. (2025). *Fiji dollar*. Znaki FM. <https://znaki.fm/uk/currencies/fiji-dollar/>
- Коваль, В. (2026). *Norwegian krone*. Znaki FM. <https://znaki.fm/uk/currencies/norwegian-krone/>
- Barthes, R. (2011). *Mythologies*. <https://soundenvironments.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/11/roland-barthes-mythologies.pdf>
- Finance.ua. (n.d.). *Banknotes*. <https://banknotes.finance.ua/>
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. https://ia601202.us.archive.org/30/items/psicologiadelcolor_201907/Psicologia-del-Color.pdf
- Lin, Y., & Mohamad Kamil, M. H. F. B. (2025). *The role of semiotic approaches in the design and evolution of currency*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/395489463_The_Role_of_Semiotic_Approaches_in_the_Design_and_Evolution_of_Currency
- RBC-Ukraine. (2025). *Чи існують мости з купюр євро в реальності: відповідь*. <https://www.rbc.ua/rus/stylar/chi-isnuyut-mosti-kupyur-evro-realno-vidpovid-1741943069.html>

Земляна Марина¹*Email: zemliana@knu.ua*<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706671>

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Гінекологічна допомога як простір соціального контролю: транслявання гетеронормативності як соціальні джерела стресу меншин серед лесбійок

Соціологічна наука постійно розширює і концептуалізує поняття тілесності та сексуальності, тому розуміння, що людське тіло – це не лише фізіологічна оболонка, не викликає питань. На наші тіла глибоко впливають наш соціальний досвід, норми та цінності груп, до яких ми належимо. За концепцією Мішеля Фуко про «дискурсивну владу» – психофізіологічна цілісність жінки як носійки тілесності є засобом соціального контролю самої жінки та інструментом реалізації владного дискурсу в патріархальній культурі загалом. Тобто жінка контролюється через надання їй тілу необхідних маркерів належності до патріархальної культури (Шолуха, 2021) – що усталено в багатьох новітніх суспільствах у формі гетеронормативного підходу до гінекологічних практик.

В межах західної гендерної соціології розробляються теоретичні підходи та проводяться реальні дослідження, що дозволяють проаналізувати гінекологічну допомогу як соціально сконструйований простір взаємодії. Гендерні прояви та ідентичність впливають на комунікацію, яка буде встановлена жінками із гінекологінями_ами під час консультацій, і чи буде така взаємодія спричинювати у пацієнток емоційно-психологічні переживання, пов'язані зі своєю тілесністю, суспільним баченням цієї тілесності та тиском гетеронормативності, яка панує в соціумі (Rodrigues & Falcão, 2021).

Гетеронормативність означає, що соціальне життя західної культури побудоване на припущенні, що всі люди є гетеросексуальними, визначає норму гетеросексуальної нуклеарної сім'ї природною та універсальною, і робить гомосексуальність другорядною (Bjorkman & Malterud, 2009). Тавро – це будь-яка характеристика, що відокремлює індивіда чи групу від більшості населення, внаслідок чого до цього індивіда або групи починають ставитися з підозрою або ворожістю. Нам буде доцільно визначити інтерналізованим тавруванням так звані проксимальні стресори, пов'язані зі стресом меншин.

Згідно з теорією стресу меншин, особи, що належать до сексуальних меншин, зазнають унікальних стресогенних факторів, які є наслідком життя в гетеронормативному середовищі та сприяють підвищеним показникам поганого психічного здоров'я. Теорія стресу меншин розрізняє дистальні та проксимальні стресори; дистальні стресори є зовнішніми щодо індивіда і

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

включають дискримінацію, а проксимальні стресори — це внутрішні процеси, які є наслідком дистальних стресорів. Наприклад, постійна публічна дискримінація може призвести до того, що представниці сексуальних меншин відчуватимуть значний сором щодо своєї сексуальної орієнтації, а також намагатимуться приховати свою сексуальну орієнтацію від інших (Meuer, 2003). У такому контексті гінекологічна консультація є простором соціального контролю, де вирують гетеронормативні уявлення про жіноче тіло та сексуальність, і продукує дистальні та проксимальні стресори для жінок, що належать до сексуальних меншин.

У практичному вимірі ці механізми набувають інституційних форм. Радянська медична система, яку успадкувала сучасна незалежна Україна, характеризувалася ієрархічністю та патерналістськими практиками, що обмежували автономію пацієнтів, зокрема жінок у сфері репродуктивного здоров'я. У той час репродуктивна політика була тісно пов'язана з інтересами держави, що зумовлювало інституційний контроль над жіночим тілом і материнством. Наприклад, частим явищем були примусові гінекологічні огляди для дівчаток, щоб з'ясувати, чи були у них інтимні контакти або травмування дітей під час пологів, їх загибель з вини медичного персоналу (Clutch, n.d.). Табуїзованість сексуальності, зневажливе ставлення до здоров'я людини окрім як «інкубатора» для народження дітей, знецінення гінекологічних захворювань, які не впливають на фертильність, заперечення післяпологової депресії — ці явища досі даються взнаки у гінекологічних відділеннях, як негуманні наслідки радянської «каральної» гінекології. З позитивних зрушень можемо відзначити, що, наприклад, скринінг симптомів післяпологової депресії було рекомендовано в методичних рекомендаціях МОЗ за 2025 рік. У сучасних українських умовах ця успадкована від СРСР форма реалізації дискурсивної влади над жіночим тілом поєднується з додатковими викликами, пов'язаними з війною, що посилює навантаження на систему охорони здоров'я та вразливість пацієнток.

Світова статистика демонструє, що лесбійки та бісексуалки через множинну дискримінацію за ознакою статі та сексуальної орієнтації в 3,3 раза частіше страждають на психічні розлади протягом життя та в 3,5 раза частіше — на розлади, пов'язані з вживанням психоактивних речовин порівняно з гетеросексуальними жінками (Meuer, 2003). Водночас часто ці жінки через страх таврування, включаючи побоювання негативної реакції з боку медичної_го працівниці_ка або через почуття сорому чи приниження, отримання неякісної медичної допомоги, негативного впливу на кар'єру (за недотриманої конфіденційності) уникають розкриття своєї сексуальної орієнтації перед лікарками_ями. Це створює феномен «невидимості» пацієнток: вони випадають з поля зору медичної статистики та наукових досліджень, що унеможливлює надання їм належної допомоги (Brooks та ін., 2018).

Соціальні наслідки стресу меншин у цьому контексті проявляються окрім індивідуального ще й на рівні поведінкових стратегій взаємодії з медичними інституціями: подальша відмова чи затягування щорічних

оглядів у гінекологів для виявлення раку шийки матки, а також ВІЛ/ІПСШ, ПАП-тестів та клінічних обстежень молочних залоз. Показник своєчасного проходження обстеження у групі лесбійок та бісексуалок був на 10 % нижчим, ніж у групі гетеросексуальних жінок (Baumann та ін., 2024), а 38 % лесбійок в сільській місцевості США не здають ПАП-тест зовсім (Barefoot та ін., 2017). Неоднозначне ставлення до ПАП-тестів зумовлене хибним уявленням як жінок, які мають сексуальні стосунки з жінками, так і гінекологинь, що ІПСШ непоширені серед лесбійок, хоча наразі є вагомі докази того, що передача відбувається і через лесбійські сексуальні контакти та не пов'язана виключно з чоловіками (Curti та ін., 2014). Обізнаність медичних працівників з цим фактом та відсутність упереджень щодо визначення лесбійських сексуальних практик власне сексом зумовлюють зміну ставлення до скринінгу ПАП-тестів пацієнтками.

Водночас дослідниці відзначають і відмінності між лесбійками та бісексуалками — бісексуалки в 1,5 раза частіше, ніж лесбійки, проходили гінекологічне обстеження, в 1,2 раза частіше проводили самообстеження грудей і в 1,4 раза частіше проходили тест на ВІЛ (Kerr та ін., 2013). Ця різниця в ставленні може слугувати доказом обізнаності про поширення ІПСШ в гетеросексуальному на відміну від гомосексуального сексу, відповідно більш частого відвідування лікарок_ів бісексуалками.

Інвазивні гінекологічні процедури часто викликають у лесбійок сильний фізичний дискомфорт і страх. Опитування показують, що багато жінок відчують біль і тривогу під час огляду (Ruiz та ін., 2023). Стандартизація медичної допомоги не передбачає підходу до проведення обстежень у жінок, які не практикують пенетрацію, що призводить до інвазивних обстежень та незручних ситуацій (Rodrigues & Falcão, 2021). Через це багато лесбійок відчують себе змушеними розкрити свою орієнтацію, оскільки лікар_ка наполягав на поясненні, коли вважав нелогічним поєднання сексуально активного життя, відсутності контрацепції та неможливості вагітності (Bjorkman & Malterud, 2009). Це є додатковим проявом гетеронормативності гінекологічних практик — як і феномен, виявлений в одному з досліджень — жодна з опитаних бісексуалок (на відміну від лесбійок) не намагалася висловити свою сексуальну орієнтацію — це пов'язано з контекстами медичного обслуговування, в яких сексуальні практики жінок не можуть бути легітимізовані, якщо вони не передбачають участі чоловіків (Rodrigues & Falcão, 2021). Це ж дослідження узагальнює три основні проблеми, що стосуються доступу до охорони здоров'я для лесбійок та бісексуальних жінок, і визначає їх безпосередньо пов'язаними з гетеронормативним характером консультації. Це: (1) приховування емоційно-сексуальної орієнтації та, як наслідок; (2) невидимість жіночих гомоеротичних практик; та (3) недостатня інформація, що надається жінкам, на додаток до широко поширених міфів та упереджень. Таким чином, медичні практики не є нейтральними: вони відтворюють гетеронормативні припущення, які безпосередньо впливають на поведінку пацієнток, їхній доступ до профілактики й лікування, що зрештою впливає на їх тривалість та якість життя (Jackson та ін., 2016).

Згідно з американським дослідженням (Jones, 2025), 1,4 % населення ідентифікують себе лесбійками, 5 % — бісексуал_ками. Якщо поширити це відсоткове співвідношення на населення України, то від 1 до 2 млн людей будуть жінками, яких не враховано ні в медичних протоколах, ні в соціологічних та медичних дослідженнях. Під час пошуку та аналізу літератури стало очевидним, що, за винятком правозахисних громадських організацій, критично бракує українських досліджень та матеріалів, які б дозволяли оцінити стан здоров'я лесбійок та бісексуалок. Логічним наслідком такої відсутності даних виступає ігнорування потреб цих спільнот під час розробки національних планів охорони здоров'я, міжгалузевих механізмів та моніторингу якості медичних послуг (Pan American Health Organization, 2023). Ігнорування особливостей досвіду лесбійок в гінекологічній сфері викликано концентрацією на репродуктивних функціях жіночого тіла, власне зневагою до захворювань, які впливають на якість життя, а не на фертильність. Навіть дослідження жіночої тілесності та інші феміністичні студії рідко акцентують на здоров'ї та тілах лесбійок, оскільки їхні плани на життя можуть оминати дітонародження або гетеросексуальні статеві відносини. За Jones (2025), 1,4 % населення ідентифікують себе лесбійками, 5 % — бісексуал_ками. Якщо поширити це відсоткове співвідношення на населення України, то від 1 до 2 млн людей будуть жінками, яких не враховано ні в медичних протоколах, ні в соціологічних та медичних дослідженнях. Під час пошуку та аналізу літератури стало очевидним, що, за винятком правозахисних громадських організацій, критично бракує українських досліджень та матеріалів, які б дозволяли оцінити стан здоров'я лесбійок та бісексуалок. Логічним наслідком такої відсутності даних виступає ігнорування потреб цих спільнот під час розробки національних планів охорони здоров'я, міжгалузевих механізмів та моніторингу якості медичних послуг (Pan American Health Organization, 2023). Ігнорування особливостей досвіду лесбійок в гінекологічній сфері викликано концентрацією на репродуктивних функціях жіночого тіла, власне зневагою до захворювань, які впливають на якість життя, а не на фертильність. Навіть дослідження жіночої тілесності та інші феміністичні студії рідко акцентують на здоров'ї та тілах лесбійок, оскільки їхні плани на життя можуть оминати дітонародження або гетеросексуальні статеві відносини.

Таким чином, взаємодія лесбійок та бісексуалок із гінекологічною системою охорони здоров'я характеризується специфічними дистальними та проксимальними стресорами й постає як простір відтворення гетеронормативних уявлень, які формують досвід пацієнток і їхні індивідуальні та поведінкові стратегії взаємодії з медициною: уникнення медичних послуг, обмежене розкриття інформації та знижений рівень довіри до лікарів. Поєднання інституційної спадщини, сучасних соціальних умов та стресу меншин призводить до системної невидимості цієї групи, що має безпосередні наслідки для їхнього фізичного та ментального здоров'я. Аби попередити подальший процес маргіналізації в українському суспільстві сексуальних меншин, соціологічні дослідження мають звернути увагу на

проблему взаємодії лесбійок та бісексуалок з медичними інститутами та впливу цих взаємодій на стиль життя та здоров'я цієї спільноти.

ЛІТЕРАТУРА

- Шолуха, Н. Є. (2021). *Жіноча тілесність як інструмент контролю в патріархальній культурі*. <https://repository.ac.kharkov.ua/items/4ff47a75-2ca3-49f6-8072-d306fe750b34/full>
- Barefoot, K. N., Warren, J. C., & Smalley, K. B. (2017). Women's health care: The experiences and behaviors of rural and urban lesbians in the USA. *Rural and Remote Health*, 17(1), 3875. <https://doi.org/10.22605/rrh3875>
- Baumann, K., Matzke, H., Peterson, C. E., Geller, S., Flores, R., Prachand, N. G., & Holt, H. K. (2024). Sexual orientation and cervical cancer screening among cisgender women. *JAMA Network Open*, 7(5), e248886. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2024.8886>
- Bjorkman, M., & Malterud, K. (2009). Lesbian women's experiences with health care: A qualitative study. *Scandinavian Journal of Primary Health Care*, 27(4), 238–243. <https://doi.org/10.3109/02813430903226548>
- Brooks, H., Llewellyn, C. D., Nadarzynski, T., Pelloso, F. C., De Souza Guilherme, F., Pollard, A., & Jones, C. J. (2018). Sexual orientation disclosure in health care: A systematic review. *British Journal of General Practice*, 68(668), e187–e196. <https://doi.org/10.3399/bjgp18x694841>
- Clutch. (б. д.). «Ставилися, як до тарганів»: як була влаштована каральна гінекологія в ЦРП. <https://clutch.net.ua/zdorove/68140-otnosilis-kak-k-tarakanam-kak-by-la-ustroena-karatelnaya-ginekologiya-v-sssr>
- Curmi, C., Peters, K., & Salamonson, Y. (2014). Lesbians' attitudes and practices of cervical cancer screening: A qualitative study. *BMC Women's Health*, 14(1), 153. <https://doi.org/10.1186/s12905-014-0153-2>
- Jackson, C. L., Agénor, M., Johnson, D. A., Austin, S. B., & Kawachi, I. (2016). Sexual orientation identity disparities in health behaviors, outcomes, and services use among men and women in the United States: A cross-sectional study. *BMC Public Health*, 16(1), 807. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3467-1>
- Jones, J. M. (2025, February 20). *LGBTQ+ identification in U.S. rises to 9.3%*. Gallup. <https://news.gallup.com/poll/656708/lgbtq-identification-rises.aspx>
- Kerr, D. L., Ding, K., & Thompson, A. J. (2013). A comparison of lesbian, bisexual, and heterosexual female college undergraduate students on selected reproductive health screenings and sexual behaviors. *Women's Health Issues*, 23(6), e347–e355. <https://doi.org/10.1016/j.whi.2013.09.003>
- Meyer, I. H. (2003). Prejudice, social stress, and mental health in lesbian, gay, and bisexual populations: Conceptual issues and research evidence. *Psychological Bulletin*, 129(5), 674–697. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.5.674>
- Pan American Health Organization. (2023). *Cervical cancer prevention and control programs: A comprehensive approach*. <https://iris.paho.org/server/api/core/bitstreams/eca41758-9dao-4fa6-b28c-6d17a815500c/content>
- Rodrigues, J. L., & Falcão, M. T. C. (2021). Vivências de atendimentos ginecológicos por mulheres lésbicas e bissexuais: (in)visibilidades e barreiras para o exercício do direito à saúde. *Saúde e Sociedade*, 30(1). <https://doi.org/10.1590/s0104-12902021181062>
- Ruiz, M. J., Chisholm, B., De Martelly, V., & Chor, J. (2023). Sexual and gender minority patients' first pelvic examination experiences: What clinicians need to know. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 37(3), 342–347. <https://doi.org/10.1016/j.jpag.2023.11.008>

Жидацька Яна¹Email: yana.zhydetska@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706770>**Родинна пам'ять як складник
соціокультурного капіталу українців
в умовах війни: теоретичний аспект**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Згідно з теорією Моріса Гальбваса, який був представником соціологічної школи Еміля Дюркгайма та фундатором досліджень колективної пам'яті, індивід пам'ятає тому, що він включений у соціальні групи (Halbwachs, 1992). Сім'я у цій системі виступає як первинна група, де інформація транслюється через емоційний зв'язок, любов, довіру та спільний побут. Родинна пам'ять є стійкою, оскільки вона зазвичай формується поза межами зовнішньої цензури політичних режимів. Родинні наративи, що повторюються під час спільних трапез та щоденних розмов, створюють спільний набір історії роду, який складно стерти, адже він підкріплюється ефектом справжності – безпосереднім свідченням очевидця або розмовами про дотичне.

У контексті війни важливою є концепція Маріанни Гірш, де постпам'ять описує стосунки покоління після культурної травми тих, хто її пережив (Hirsch, 2012). У наш час відбувається подвоєння досвіду. Сучасна війна накладається на пласти пам'яті минулих поколінь, створює складну *мультигенераційну травму*. Згідно з концепцією Яна Асмана, війна пришвидшує перехід від комунікативної пам'яті (повсякденної пам'яті, яка передається через безпосереднє спілкування між поколіннями в межах вісімдесяти-ста років) до культурної пам'яті (Assmann, 2011).

У межах соціологічного аналізу міжпоколінної пам'яті в умовах війни важливо зрозуміти механізм, за допомогою якого спогади конвертуються у капітал, тобто перетворюються на *активне знання*, яке ми використовуємо як ресурс тут і зараз. Капітал у класичному розумінні П'єра Бурдьє — це накопичений ресурс, який дозволяє індивіду чи групі отримувати певні переваги. В умовах повномасштабного вторгнення родинна пам'ять набуває статусу культурного капіталу, що проявляється у трьох станах: втіленому, об'єктивованому та інституціоналізованому (Bourdieu, 1986). Втілений стан капіталу характеризується перетворенням пам'яті на габітус виживання, що включає, наприклад, внутрішні установки не здаватися, допомагати своїм та раціонально розподіляти ресурси. Об'єктивований стан пам'яті проявляється через реліквії — матеріальні об'єкти, у яких втілено досвід роду. Нарешті, інституціоналізований стан пам'яті — це перетворення приватного наративу на офіційно визнаний капітал, який отримує валідність від державних інституцій, науки чи міжнародної спільноти. Коли історія родини про Голодомор або участь в УПА, або боротьбу на фронті зараз стає частиною національного дискурсу, вона легітимізує приватний досвід та

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

перетворюється на інструмент м'якої сили. Відповідно, це дає українцям змогу на міжнародній арені аргументувати свою боротьбу через інституціалізовані історичні факти.

Важливим аспектом української історичної пам'яті є метафора циклічної Сізіфової праці. На відміну від західного світу, де покоління діють за принципом кумулятивності, в Україні ми спостерігаємо принцип дискретності. П'єр Бурдьє описував кумулятивну передачу капіталу у стабільних суспільствах як механізм, де нерухомість, заощадження та репутація передаються у спадок, і це дозволяє кожному наступному поколінню стартувати з *вищої* точки. У стабільних системах освітні та професійні траєкторії є більш прогнозованими: дитина професора з більшою ймовірністю стає професором, бо її габітус з дитинства налаштований на цю систему.

Проблеми українського транзиту досвіду поглиблюються колапсом соціального поля, зокрема після розпаду Радянського Союзу. Наприклад, у 90-х роках соціальний капітал батьків був замкнений у державних інституціях, що зникали або маргіналізувалися, тоді як на Заході цей капітал допомагав молоді інтегруватися у професію. Відкриття нових сфер зайнятості, таких як маркетинг чи інформаційні технології, вимагало від української молоді бути першопрохідцями.

Ціна бути «self-made» у першому поколінні є доволі високою — це можна назвати так званим *енергетичним податком* на розвиток. Якщо дитина з європейської родини успадковує правила гри, манери та мову професійного середовища на автопілоті, то українська молодь часто має будувати цю основу самотійно. Самостійне формування вимагає витрат енергії, що може призвести до *вигорання*. Людина в першому поколінні професії змушена бути одночасно архітектором і будівельником своєї кар'єри.

Аналізуючи стиснення історичного часу, ми розуміємо, що Перша та Друга світові війни лише з погляду хронології здаються давниною, але з погляду соціальної трансмісії вони відбулися доволі нещодавно. Згідно з концепцією Яна Асмана, комунікативна пам'ять охоплює приблизно три покоління або вісімдесят років (Assmann, 2011). Теорія трьох поколінь доводить, що стратегії виживання найсильніше прошиваються саме через одне покоління — від бабусі до онуків, адже перше покоління переживає шок і мовчить; друге покоління (діти) виростає в атмосфері цього мовчання батьків; третє покоління (онуки) має достатньо емоційної дистанції, щоб почати «розкодовувати» ці патерни, проте воно все ще отримує їх на рівні габітусу. Зв'язок «бабуся-онук» зазвичай має менше виховного конфлікту, ніж зв'язок «батьки-діти», тому інформація передається легше.

Ян Асман вводить поняття «*плаваючого розриву*» для опису проміжку між актуальним сьогоденням і початком офіційної історії, який зазвичай становить від сорока до вісімдесяти років (Assmann, 2011). Це період найбільшої вразливості суспільства, коли свідки йдуть, а міфи ще не сформувалися. Україна зараз перебуває саме в цьому розриві. «Плаваючий розрив» виникає саме на межі цих двох пластів (культурної та

комунікативної), коли живі свідки подій відходять у засвіти, і особисті розповіді мають трансформуватися у стійку національну офіційну історію. Це зона, де суспільство ризикує втратити зв'язок із минулим, якщо не встигне зафіксувати його у стійких культурних формах.

Україна сьогодні перебуває в епіцентрі цього процесу, оскільки події середини двадцятого століття якраз досягли часового порогу у вісімдесят-дев'яносто років. Це той момент, коли жива розмова з пращурами мала б остаточно стати історією в підручнику. Проте повномасштабна війна радикально змінила цей перехід. Замість повільної інституціоналізації відбулася швидка часова синхронізація. Коли сучасна людина опиняється в підвалі під обстрілами або вимушена тікати від окупації, вона перестає сприймати розповіді прабабусі як щось далеке.

Підсумовуючи, хочу підкреслити ключове – а саме важливість наших дій у напрямку інтерналізації, раціоналізації та репрезентації наших культурних травм як чогось невіддільного від реальності, – тобто з розумінням переносити нашу колективну травму в український культурний капітал. Отже, зараз ми маємо зробити крок до того, щоб зрозуміти, що ми беремо з теперішнього досвіду із собою у майбутнє і як саме ми це маємо робити.

ЛІТЕРАТУРА

- Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance, and political imagination*. Cambridge University Press.
https://www.academia.edu/38303747/Assmann_Jan_Cultural_Memory_and_Early_Civilization
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford University Press.
https://monoskop.org/images/8/88/Bourdieu_Pierre_The_Logic_of_Practice_1990.pdf
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. University of Chicago Press.
<https://archive.org/details/collectivememory00halb>
- Hirsch, M. (2012). *The generation of postmemory: Writing and visual culture after the Holocaust*. Columbia University Press.
<https://books.google.com.ua/books?id=XSAcjn4oMxQC>

СЕКЦІЯ 2: МЕДІАПРОСТІР, ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ШІ

Дузь Марія¹

Email: mariia.duz@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706810>

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Вплив соціальних мереж на молодь в умовах повномасштабного вторгнення

Сьогодні суспільство переживає глибокі зміни у своєму устрої, що зумовлено світовими кризами, поточними військовими конфліктами та зміною парадигми цінностей. Через тенденції глобалізації та діджиталізації локальні процеси набули глобального масштабу. Соціальні мережі в цих умовах стали платформою для політичної агітації, створення суспільного резонансу та формування кола однодумців. Тому сьогодні соціальні мережі відіграють важливу роль у житті всіх, а особливо молоді, бо є основним її каналом для комунікації та отримання інформації.

Вивченням феномену соціальних мереж почали займатися зовсім нещодавно. Вивченням впливу соціальних мереж на молодь займалися такі автори, як Є. Гіденко, І. Мезенцева, О. Османова, О. Мартиненко тощо. Ми хочемо здійснити комплексний аналіз впливу соціальних мереж на українську молодь в умовах повномасштабного вторгнення, зокрема їхньої ролі у формуванні світогляду, психоемоційного стану та громадянської активності. Задля цього ми застосовуємо метод теоретичного аналізу та синтезу класичних і сучасних соціологічних підходів та вторинного аналізу соціологічних даних, зокрема результатів національних опитувань української молоді (Центр аналізу та соціологічних досліджень Міжнародного республіканського інституту, 2024). Аналіз здійснювався шляхом узагальнення та інтерпретації емпіричних показників використання соціальних мереж. Нами використано результати емпіричних досліджень українських і міжнародних організацій, що стосуються практик використання соціальних мереж молоддю. Методологічно робота ґрунтується на інтерпретативному аналізі та теоретичному узагальненні отриманих даних.

Сам термін «соціальна мережа» був запропонований англійським соціологом Д. Барнсом у 1954 р. У праці «Клас і комітети в норвезькій острівній парафії» (англ. «Class and Committees in a Norwegian Island Parish») він висловлює думку, що соціальні мережі («social networks») – це сукупність соціальних зв'язків між індивідами, що виходять за межі традиційних, суворо впорядкованих груп (таких як родина, клан або робочий колектив).

Ми розглядаємо соціальні мережі як сукупність інтернет-платформ, які дозволяють взаємодіяти онлайн, виступають майданчиком для встановлення соціальних зв'язків та обміну інформацією. Згідно з результатами опитування

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Центру аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту (MPI) в межах програми USAID (червень – липень 2024 р.), 86% опитаної молоді віком від 16 до 35 років щодня використовують Telegram. Другим за популярністю використання є YouTube – 70% опитаних використовують його щодня. 66% опитаних відкривають Instagram кожен день/кілька разів на день. TikTok, своєю чергою, є не таким популярним – лише 46% опитаних користуються ним щодня (Центр аналізу та соціологічних досліджень Міжнародного республіканського інституту, 2024). Нас цікавлять так звані «інформаційні бульбашки», що обмежують доступ користувачів до альтернативних думок, тому для аналізу ми обираємо Instagram, YouTube та TikTok через специфіку їхніх алгоритмів у вигляді персоналізації контенту.

В умовах повномасштабного вторгнення соціальні мережі для молоді набули особливого значення щодо пошуку одностайності, оперативного реагування та просування особистих ідеалів. Однак соціальні мережі в житті молоді виконують як позитивні, так і негативні функції. Однією з основних функцій соціальних мереж сьогодні є інформаційна функція. Вона відтворюється за посередництва як розважального, так і суто інформаційного контенту. Наслідком цієї функції є формування громадської думки та швидка мобілізація ресурсів молоді. Ключовим механізмом формування громадської думки є вплив інфлюенсерів, лідерів думок та громадських активістів. Вони сприймаються молоддю як авторитетні джерела і до їх думки молодь прислуховується (Луценко & Григор'єва, 2024). Прикладом моментальної мобілізації молоді під час повномасштабного вторгнення є мітинги 22–23 липня 2025 р. проти ухвалення законопроекту №12414. Молодь мобілізувалася протягом кількох годин після новини про закон. Основним джерелом інформації були соцмережі та швидка комунікація завдяки їм. Як результат – кількість протестувальників сягала близько 9 тис. людей у Києві (ТСН, 2025). Сам протест охопив всі найбільші міста країни, але максимальну кількість людей зібрав саме у столиці.

Соціальні мережі в умовах повномасштабного вторгнення стали і головним майданчиком для збору гуманітарної допомоги у вигляді донатів на ЗСУ та поширення громадських ініціатив, як, наприклад, щотижневі акції «Free Azov» (РБК-Україна, 2024). Молодь публікує свої фотографії з цих акцій, заклики до дій та оголошує місця їхнього проведення через соціальні мережі. Таке висвітлення допомагає поширити відповідну інформацію як для українців, так і для людей за кордоном. У цьому випадку соціальні мережі виконують важливу роль у формуванні відчуття спільноти, взаємодопомоги та національної єдності.

Велику роль у процесі вірусного та швидкого поширення інформації в соціальних мережах відіграють алгоритми. Контент, що викликає емоцію завдяки вподобайкам, коментарям та репостам, швидко поширюється серед аудиторії зі схожими інтересами. Таким чином стрічка новин підлаштовується під вподобання користувача і показує той контент, який підсилює вже наявні переконання. У результаті людина потрапляє в

«інформаційну бульбашку», де домінантною та «правильною» є думка користувача.

Цей процес має низку соціальних наслідків. По-перше, відбувається звуження інформаційного поля, що обмежує критичне мислення. По-друге, посилюється ефект підтвердження (англ. «confirmation bias»), коли індивід схильний сприймати лише ту інформацію, що узгоджується з його поглядами. По-третє, це може призводити до формування «ехокамер», у яких однорідні групи користувачів взаємно підсилюють свої переконання, що сприяє поляризації суспільства (Новікова, 2022).

Важливо зауважити, що в соціальних мережах існує інструмент для дискусії у вигляді коментарів. Проте такі обговорення часто набувають агресивного характеру через відносну анонімність онлайн-середовища, зниження соціального контролю та стійке переконання у власній правоті, що формується під впливом ефекту підтвердження. У результаті конструктивний діалог нерідко перетворюється на обмін взаємними звинуваченнями, образами та поляризованими судженнями, де головною метою стає не пошук істини, а відстоювання власної позиції.

Одним із негативних впливів соціальних мереж на молодь є психологічна дестабілізація. В умовах повномасштабного вторгнення суспільство перебуває у стані хронічного стресу, що супроводжується постійним відчуттям небезпеки, невизначеності та емоційної напруги. У такому контексті надмірне та інтенсивне використання соціальних мереж не тільки не знижує рівень тривожності, а часто, навпаки, підсилює його через безперервний потік новин.

Соціальні мережі відомі створенням ефекту «інформаційної присутності», коли користувач постійно перебуває в полі новин про війну, навіть у моменти відпочинку. Це призводить до виникнення явища, що в науковій літературі часто описують як «думскролінг» – внутрішній психічний дискомфорт, що проявляється нескінченним прокручуванням новин та стрічки у соціальних медіа, тривалим читанням негативної інформації на тлі негативних подій. Він призводить до порушення життєдіяльності особистості (Матохнюк, 2024).

В умовах війни цей ефект посилюється через домінування емоційно насичених повідомлень — новин про обстріли, втрати, руйнування або соціальні кризи. Постійне споживання такого контенту може спричиняти симптоми хронічного стресу: підвищену тривожність, дратівливість, труднощі зі сном, емоційне вигорання. Крім того, молодь є більш вразливою до таких впливів через активне використання соціальних мереж і ще не до кінця сформовані механізми емоційної саморегуляції (Гречановська та ін., 2023).

Отже, в результаті нашого дослідження визначено, що в умовах повномасштабного вторгнення соціальні мережі стали потужним чинником впливу на молодь. Вони формують суспільну думку через поєднання психічної нестабільності, алгоритмічного підсилення контенту, авторитетної думки та суспільної поляризації. З одного боку, соціальні мережі виконують важливі позитивні функції: створюють середовище для швидкої мобілізації молоді,

формування суспільних настроїв та активного поширення інформації, забезпечують оперативне інформування, сприяють громадянській активності, волонтерству та соціальній підтримці. Але вплив соціальних мереж є амбівалентним, бо поєднує значний потенціал для об'єднання суспільства із ризиками маніпуляції та психічного навантаження. Це зумовлює необхідність розвитку критичного мислення та медіаграмотності молоді.

ЛІТЕРАТУРА

- Гречановська, О. В., Мегем, О. М., & Потапюк, Л. М. (2023). Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія*, 34(4), 60–66. <https://doi.org/10.32782/2709-3093/2023.4/11>
- Луценко, Є. О., & Григор'єва, С. В. (2024). Соціальні мережі як феномен сучасного суспільства. У *Розвиток сучасного українського суспільства у соціологічному вимірі: матеріали 11-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 13 грудня 2024 р.* (с. 69–73).
- Матохнюк, Л. (2024). Сучасні виклики інформаційного суспільства: думскролінг, фабінг та номофобія. *Psychology Travelogs*, (3), 37–46. <https://doi.org/10.31891/PT-2024-3-4>
- Новікова, Ж. М. (2022). Маніпулятивні способи впливу на особистість у соціальних мережах. *Молодий вчений*, 9(109), 48–53. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-9-109-11>
- РБК-Україна. (2024, 23 жовтня). Акція *Free Azov*: хто вигадав і яка мета. <https://www.rbc.ua/rus/news/aktsiya-free-azov-hto-vigadav-i-ka-meta-1729688117.html>
- ТСН. (2025, 23 липня). Українці знову вийшли на протести: де відбуваються мітинги через закон про НАБУ і САП (відео). <https://tsn.ua/ukrayina/ukrayintsi-znovu-vuyshly-na-protesty-de-vidbuvaiutsia-mitynhy-cherez-zakon-pro-nabu-i-sap-video-2876186.html>
- Центр аналізу та соціологічних досліджень Міжнародного республіканського інституту. (2024). *Українська молодь сьогодні: дослідження*. <https://mriemotadiemorazom.org/ukrainian-youth-today>

Каракай Антоній¹*Email: anton.karakai@knu.ua*<http://doi.org/10.5281/zenodo.20706915>

Молодь, ШІ та відбудова: сучасні тренди в освіті та майбутні потреби ринку праці

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Неможливо переоцінити роль освітніх інститутів у формуванні людського капіталу населення та загального розвитку країни. Саме масове поширення освіти у ХХ ст. стало одним із головних рушіїв прогресу, коли діти вчорашніх неграмотних селян могли працювати в наукових установах. Однак зростання не може бути нескінченним – те, що раніше було майже гарантованим соціальним ліфтом, наразі закладає загальну культурну базу для функціонування в суспільстві. І хоч це не зменшує роль освіти, це змінює «правила гри», коли фактично все доросле населення має хоча б середню освіту. Проблемою виступає те, що економічні процеси часто значно стрімкіші за соціальні, і якщо старші покоління могли це спостерігати у 1990-х рр., то наразі, з розвитком ШІ, це можемо спостерігати ми, причому на світовому рівні. В Україні ж співвідношення освітніх процесів та ситуації на ринку є особливо гострим питанням в умовах війни.

На українському ринку праці фундамент сучасних диспропорцій було закладено наприкінці 1990-х та у 2000-х рр. У цей період відбувся безпрецедентний процес масовізації вищої освіти, що супроводжувався деіндустріалізацією економіки. Якщо при плановій економіці доступність вищої освіти визначалася державним баченням економічних потреб, то при ринковій економіці – попитом.

Вища освіта почала сприйматися не стільки як інструмент здобуття складної фахової кваліфікації, скільки як обов'язковий соціальний стандарт, маркер успішності та гарантія успіху в нових умовах. Комерціалізація освітньої сфери призвела до гіпертрофованого виробництва фахівців у галузях економіки, права та гуманітарних наук. Поки працівники заводів могли місяцями не отримувати зарплати, в суспільстві виник новий прошарок багатих людей – бізнесменів та «білих комірців». Тому масове явище «невдалих» економістів та юристів стало закономірним наслідком бажання повторення успіху старим шляхом – через отримання відповідного документа.

Згідно з даними Державної служби статистики України, на початку 1990-х рр. у закладах вищої освіти навчалася менше одного мільйона студентів (наприклад, 1991 р. – 876,2 тис. осіб), а у 2007 р. відповідна цифра сягнула історичного максимуму – понад 2,3 млн осіб (Сидорова, 2021б). Водночас професійно-технічна освіта зазнала глибокої системної та репутаційної кризи. Кількість учнів у закладах професійно-технічної освіти стрімко скорочувалася через хронічне недофінансування, застарілу

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

матеріально-технічну базу та формування у суспільстві стійкого стереотипу про непрестижність фізичної праці. Так, у 1991 р. у закладах професійної освіти навчалося 648,1 тис. учнів, а в 2007 р. – вже лише 454,4 тис. учнів (Сидорова, 2021а).

Унаслідок цього маємо таке: якщо у 1991 р. професійна та вища освіта були зіставні за популярністю, то вже з кінця 1990-х рр. між ними виник нездоланий розрив (див. Рисунок 1).



Рисунок 1. Трансформація освітньої системи в 1990-х – 2000-х рр.: кількість учнів/студентів у закладах освіти, тис. осіб

Фактично, потік нових спеціалістів із вищою освітою виріс у 3 рази тоді, коли чисельність населення скорочувалася, що сильно девальвувало цінність диплома як такого. Якщо на початку 1990-х рр. на 10 учнів професійної освіти припадало 13–14 студентів вищої освіти, то на кінець 2010-х рр. це співвідношення змістилося до «понад 50 студентів на 10 учнів». Унаслідок цього виник глибокий структурний перекид: економіка отримала надлишок спеціалістів з дипломами, тоді як її реальний сектор почав відчувати дефіцит кваліфікованих робітників, що заклало основу для майбутніх проблем із продуктивністю праці.

Але найголовнішим у цьому питанні є те, що ситуація не тільки не покращилася за 20 років, а й певною мірою погіршилася. З одного боку, пік популярності вищої освіти дійсно пройшов, і до 2013 р. кількість студентів зменшилася з 2,4 до 1,7 млн осіб. З іншого боку, це було все одно значно більше, ніж у 1990-х рр., за умови того, що чисельність населення суттєво скоротилася, а нові дипломовані спеціалісти продовжили перебувати на ринку праці. Крім того, зазначене не супроводжувалося відновленням

професійно-технічної освіти: кількість учнів скоротилася з 454 до 390 тис. осіб, а станом на 2020 р. їх лишилося тільки 247 тис. осіб.

Поглиблює проблеми реального сектору те, що у вищій освіті спостерігається тренд на популяризацію соціогуманітарних напрямків. З 2021 по 2025 рр. галузь соціальних наук показала зростання з 20,1 до 27,7 тис. вступників (Єдина державна електронна база з питань освіти, 2026). Найбільше зростання показали «психологія», що зросла більш ніж удвічі – з 6,3 тис. до 14,1 тис. осіб, та «менеджмент» – з 10,5 тис. до 17,5 тис. осіб. Паралельно фіксується відтік здобувачів зі STEM-напрямів. Навіть у ще недавно популярній галузі інформаційних технологій кількість вступників скоротилася з 27,7 тис. до 19,7 тис. осіб, а конкретно на спеціальність «комп'ютерні науки» – з 9,6 тис. до 6,1 тис. осіб.

Якщо у 2021 р. ІТ конкурувало за найпопулярнішу спеціальність, відстаючи від другого та третього місць менш ніж на 1 тис. вступників, то у 2025 р. вони не входять навіть у топ-5 (див. Рисунок 2).

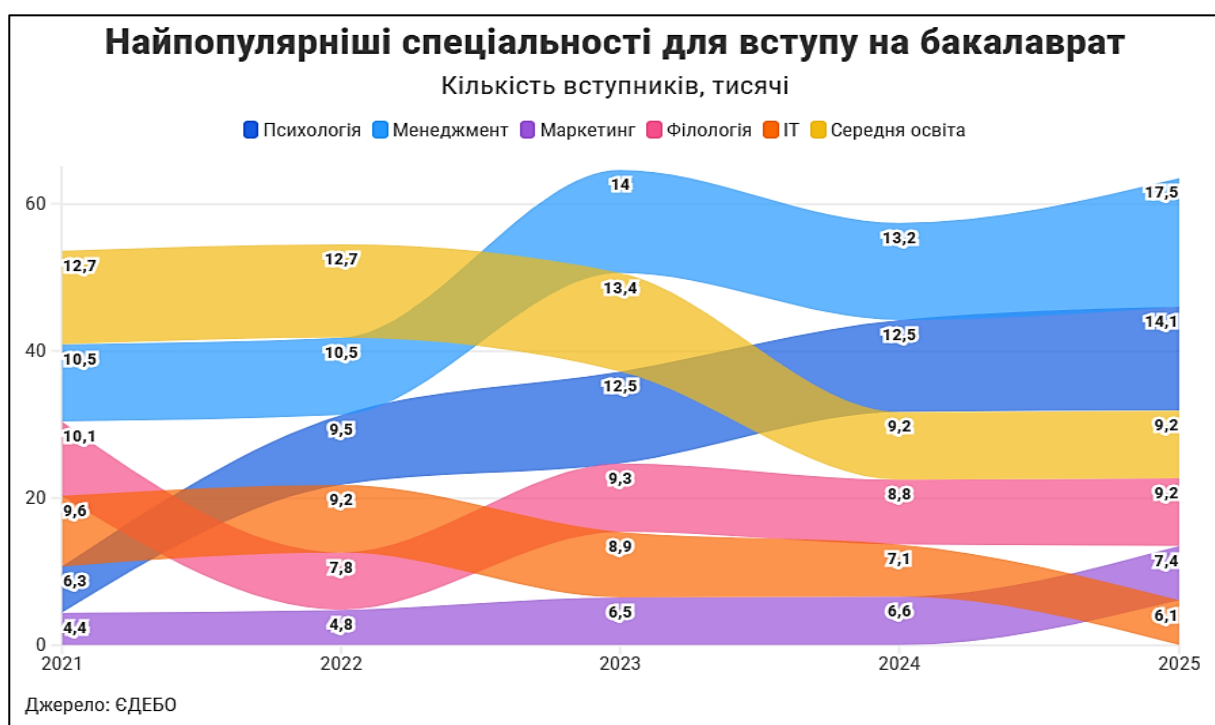


Рисунок 2. Найпопулярніші спеціальності для вступу на бакалаврат: кількість вступників, тис. осіб

Одночасно у секторі професійно-технічної освіти продовжується колапс: кількість нових вступників за той самий п'ятирічний період впала на 41% – з 128 до 75 тисяч осіб. Таким чином, у 2025 р. кількість вступників на всі професії, яких вчать у профтехах, лише трохи перевищила 6 найпопулярніших спеціальностей на бакалавраті (64 тисячі).

І так могло б продовжуватися укорінення вищої освіти як єдиного варіанту вступу після завершення школи та популяризація соціогуманітарних напрямків, однак все ускладнюють два фактори: штучний інтелект (ШІ) та війна.

Головним впливом ШІ на ринок праці можна вважати оптимізацію роботи. Саме зменшення кількості «людиногодин» для виконання тих чи інших завдань зумовлює загрозу масових звільнень, що може торкнутися 25% працівників через автоматизацію їхніх робочих місць (Vivarelli & Díaz, 2026). Водночас цей процес очікується дуже неоднорідним за галузями: лише близько 4–11% робочих місць можна автоматизувати в будівництві та логістиці, тоді як у менеджменті та соціальних науках – понад 30%. Спеціальності соціально-гуманітарного та управлінського блоку ґрунтуються на навичках обробки текстів, реферування інформації та базової комунікації. Ці рутинні функції наразі найефективніше імітуються великими мовними моделями. І хоч ШІ рідко довіряють як перевіреному спеціалісту, вже зараз він виконує первинний юридичний аналіз, написання стандартних маркетингових текстів чи підготовку кадрової звітності швидше та дешевше, ніж молоді випускники. Саме тому штучний інтелект у першу чергу є загрозою для студентів та молодих людей, які не мали можливості набратися досвіду, щоб виконувати складніші завдання.

У той самий час Україна зіштовхнулася з суттєвим дефіцитом людей робочих спеціальностей. Зумовлено це в першу чергу поступовим кумулятивним ефектом падіння популярності цих спеціальностей серед молоді та виходом на пенсію старих фахівців. Однак відіграє значну роль і повномасштабне вторгнення: бойові дії підіймають попит на відбудову, а значна частина робітників потрапила до армії. Так, аналітики Work.ua вказують на те, що ринок активно реагує на цю нестачу, підвищивши за 2024 р. заробітну плату водіїв та логістів на 20%, а зарплату будівельників – на 30% (Верстюк, 2025). Хоч війна може зумовлювати заморозку деяких проєктів, але життя в тилу продовжується, а в областях, наближених до зони бойових дій, трансформуються потреби – наприклад, через побудову бомбосховищ у навчальних закладах.

Хоча всіх молодих спеціалістів із вищою освітою ШІ не замінить, попит відчутно скоротиться. Фактично, головною проблемою молоді буде невідповідність освітніх трендів ринковим. І ця проблема діє і у зворотний бік: попит на робочі спеціальності росте, а нових учнів майже немає. Внаслідок цього може виникнути дуже небезпечна ситуація, коли післявоєнна відбудова буде майже неможлива через нестачу спеціалістів і, відповідно, надто високу вартість їхніх послуг, а значна частина молоді буде працювати на низькооплачуваній роботі. Це, своєю чергою, може загострити житлову та демографічну кризи, коли фактична вартість побудови та ремонту квадратного метра буде зростати, ускладнюючи для молодих людей створення родин.

Розгляд культури, освіти, економіки та демографії як окремих сфер не дає можливості оцінити весь масштаб проблеми, тому важливий комплексний аналіз тенденцій. Стереотипи про світле майбутнє завдяки вищій освіті та про «двієчників, які йдуть у профтехи», мають серйозний вплив на розвиток України, ведучи молодих людей у протилежний бік від наявних трендів як в Україні, так і у світі. Робочі професії мають розглядатися як гідна

альтернатива, що може дозволити отримати високооплачувану та корисну роботу. Разом із тим має відбутися і трансформація в уявленні про те, хто такі учні – це не тільки молоді люди, які тільки починають свій шлях, але і дорослі, які хотіли би спробувати щось нове. Освітня система має враховувати подібні зміни на ринку та в демографії, пропонуючи варіанти, які могли би зацікавити дорослих – наприклад, у дуальній формі. Подібні зміни можна вважати мінімальними кроками, що вирівнюють попит та пропозицію на ринку для уникнення катастрофи.

ЛІТЕРАТУРА

- Верстюк, І. (2025, 19 березня). *Болісний пошук кадрів. Які професії нині в дефіциті в Україні та чому це так*. Hromadske. <https://hromadske.ua/ekonomika/241282-bolisnyu-poshuk-kadriv-iaki-profesiyyi-nyni-v-defitsyti-v-ukrayini-ta-chomu-tse-tak>
- Єдина державна електронна база з питань освіти. (2026, 1 січня). *Реєстр суб'єктів освітньої діяльності: здобувачі освіти: кількість осіб, зарахованих на навчання*. <https://registry.edbo.gov.ua/opendata/entrant/>
- Сидорова, А. (2021а, 18 листопада). *Кількість учнів, слухачів у закладах професійної (професійно-технічної) освіти*. Skilky-Skilky. <https://skilky-skilky.info/kilkist-uchniv-slukhachiv-u-zakladakh-profesiynoi-profesiyno-tekhnichnoi-osvity/>
- Сидорова, А. (2021б, 23 листопада). *Кількість осіб у закладах фахової передвищої та вищої освіти*. Skilky-Skilky. <https://skilky-skilky.info/kilkist-osib-u-zakladakh-vyshchoi-osvity-na-pochatok-navchalnoho-roku/>
- Vivarelli, M., & Díaz, G. A. (2026). New technologies and employment: The state of the art. *Italian Economic Journal*. <https://doi.org/10.1007/s40797-026-00371-8>

Ковтун Єлизавета¹*Email: yelyzaveta.kovtun@knu.ua**http://doi.org/10.5281/zenodo.20707000***Еволюція фінансової підтримки підприємництва: від традиційних кредитів до гібридного смарткапіталу**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Трансформація світової фінансової архітектури в останні десятиліття зумовлена переходом від індустріальної парадигми до економіки знань та інновацій. У цьому контексті еволюція фінансової підтримки підприємництва демонструє закономірний перехід від жорсткого диктату капіталу до гнучких партнерських моделей – сучасне бізнес-середовище вимагає від фінансових інструментів не лише надання ліквідності, але й адаптивності до специфічних операційних циклів компаній. Історично цей процес пройшов три визначальні етапи, кожен з яких формувався як відповідь на інституційні обмеження попередньої системи.

Першим етапом стала епоха застав та фінансового консерватизму. Протягом більшої частини ХХ ст. ринок капіталу залишався максимально лінійним, де головним інституційним джерелом зовнішнього фінансування виступали класичні банківські установи. Модель фінансування базувалася на принципі забезпечення твердими активами (англ. «asset-based lending»). Банківська система вимагала матеріальної застави, жорстких гарантій та тривалої бездоганної кредитної історії. Такий підхід ідеально відповідав потребам індустріальної економіки з її заводами, нерухомістю та обладнанням, проте фактично створював «бар'єр доступу» для інноваційних підприємств, чийм основним активом є інтелектуальна власність, технологічні розробки або людський капітал. Відсутність відчутних активів робила такі компанії «некредитоспроможними» в очах традиційних банкірів.

Другий етап пов'язаний із масовою експансією венчурного капіталу як відповіддю на банківський консерватизм (Мордань та ін., 2018). Це стало справжнім концептуальним проривом: інвестори змістили фокус уваги з аналізу минулих фінансових звітів на оцінку майбутнього потенціалу масштабування та ринкових перспектив. Проте досвід останніх років засвідчив, що венчурна модель не є універсальною. Вона орієнтована переважно на вузький сегмент бізнесів із потенціалом експоненціального («вибухового») зростання. Крім того, залучення венчурних інвестицій має високу альтернативну вартість: засновники змушені погоджуватися на значне розмиття власних часток у статутному капіталі та передачу частини стратегічного контролю зовнішнім інвесторам, що не завжди відповідає довгостроковим інтересам розвитку компанії.

Сьогодні ми спостерігаємо третій етап – еру гібридного смарткапіталу. Сучасна парадигма базується на поєднанні переваг боргового та акціонерного фінансування при мінімізації їхніх недоліків (Гриньова, 2005). Бізнес

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

потребує інструментів, що інтегруються у бізнес-модель, а не деформують її. Найбільш репрезентативними інструментами цього етапу є:

1. фінансування на основі доходу (англ. «revenue-based financing» або RBF). Це гнучкий гібрид кредиту та інвестиції, що являє собою боргове зобов'язання зі ставкою амортизації, що плаває. Замість вилучення частки компанії інвестор отримує визначений відсоток від майбутнього валового доходу. Борг гаситься органічно: у періоди спаду фінансове навантаження знижується, а під час пікових доходів зростає, що нівелює ризик касових розривів;

2. імпакт-інвестування та ESG-орієнтири. Сучасний пул інституційних інвесторів орієнтується на подвійний критерій ефективності: фінансовий прибуток має поєднуватися з вимірним соціальним або екологічним впливом (Tkachenko та ін., 2023). Фінансування надається за умови досягнення конкретних метрик ESG (довкілля, соціальна політика, корпоративне управління). Впровадження соціально відповідальної моделі стає потужним важелем залучення прагматичних «розумних грошей»;

3. синдікований краудінвестинг (англ. «equity crowdfunding»). Новітні цифрові платформи дозволяють залучати повноцінний акціонерний капітал від широкого кола роздрібних мікроінвесторів (Поліщук & Прокоп, 2014), що логічно завершує поточний етап фінансової трансформації.

Отже, сучасні моделі фінансової підтримки підприємництва демонструють відхід від жорстких вимог традиційного кредитування на користь адаптивних, соціально відповідальних та інклюзивних інструментів. Гібридний смарткапітал забезпечує необхідну гнучкість, зберігає управлінський контроль за засновниками та стимулює сталий розвиток інноваційних екосистем.

ЛІТЕРАТУРА

- Гриньова, В. М. (2005). Фінансові технології ефективного управління підприємством. *Економіка розвитку*, 3(35), 58–60.
<https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/37752/1/гриньова.pdf>
- Мордань, Є. Ю., Відменко, Ю. В., & Кобець, Ж. О. (2018). Венчурне інвестування в Україні та світі: сучасні тенденції та особливості розвитку. *Інфраструктура ринку*, (17), 391–399. <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5645b9f5-8703-482d-af26-4fccc9576ecb/content>
- Поліщук, В. Г., & Прокоп, В. І. (2014). Зарубіжний досвід фінансування проектів за схемою краудфандинг. *Молодий вчений*, 12(15), 63–66.
<http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/12/89.pdf>
- Tkachenko, A., Levchenko, N., & Kolesnyk, E. (2023). ESG competitiveness assessment metrics of companies. *Economic Analysis*, 33(3), 365–374.
<https://doi.org/10.35774/econa2023.03.365>

Левенець Катерина¹*Email: levenetsskatya@gmail.com**http://doi.org/10.5281/zenodo.20707030***Цифрова грамотність як інструмент протидії фейковим новинам**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Повномасштабна війна Росії проти України супроводжується безпрецедентною за масштабами інформаційною кампанією, спрямованою на дестабілізацію українського суспільства. Фейкові новини, дезінформація та маніпулятивний контент стали невіддільною частиною сучасного медіапростору, а соціальні мережі перетворилися на головний канал їх поширення. Як зазначає Ратушна (2025), 76% українців сьогодні отримують новини саме із соціальних мереж, що створює ідеальне середовище для інформаційних атак. У таких умовах цифрова грамотність перестає бути просто бажаною навичкою – вона стає життєво необхідним інструментом захисту від маніпуляцій. Нашою метою є аналіз особливостей поширення фейкових новин в українському інформаційному просторі та оцінка ролі цифрової грамотності як засобу протидії дезінформації.

Перш ніж аналізувати конкретні кейси, варто визначитися з термінологією. У посібнику ЮНЕСКО з журналістської освіти (Ireton & Posetti, 2018) пропонується розрізняти три типи «інформаційного розладу». По-перше, це ненавмисна дезінформація (англ. «misinformation») – хибна або неточна інформація, яку людина поширює без злого умислу, щиро вважаючи її правдивою. По-друге, навмисна дезінформація (англ. «disinformation») – навмисно створена неправдива інформація, спрямована на введення в оману та завдання шкоди. І по-третє, зловмисна інформація (англ. «mal-information») – витік або поширення правдивої, але конфіденційної чи компрометувальної інформації з метою дискредитації. Саме навмисна дезінформація є найнебезпечнішою формою в умовах війни, оскільки вона є частиною цілеспрямованих інформаційно-психологічних операцій. Крім того, ЮНЕСКО виділяє кілька форматів фейкового контенту: сатира та пародія (коли жарт сприймають за правду), неправдивий контекст (коли старі фото чи відео видають за актуальні), імперсонація (підробка відомих медіа чи осіб), маніпуляція (редагування реальних фото чи відео для створення хибного враження) та повністю сфабрикований контент. Розуміння цих відмінностей є першим кроком до формування критичного мислення.

Щоб зрозуміти масштаб проблеми, варто звернутися до конкретних прикладів. Ратушна (2025) детально аналізує два показові кейси. Перший – фейк про «оточення Києва», що активно поширювався наприкінці лютого 2022 р. Його метою було посіяти паніку серед мешканців столиці, деморалізувати українське суспільство та підірвати довіру до офіційних джерел інформації. Фейк супроводжувався фейковими фото та відео,

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

емоційними текстами із закликами «терміново залишати місто». Механізм впливу тут очевидний: у ситуації небезпеки та обмеженості інформації люди схильні довіряти емоційним повідомленням, особливо якщо вони надходять через «сарафанне радіо» в месенджерах. Другий кейс – фейк про українських біженців у Європі, які нібито нелегально підключаються до електромереж для майнінгу криптовалюти. Цей фейк поширювався у грудні 2024 р., переважно в мережі X (Twitter), і мав зовсім іншу цільову аудиторію – громадян країн ЄС, які приймають українських біженців. Його мета – сформувати негативний образ українців як «небезпечних мігрантів» і «злочинців», знизити рівень емпатії та підірвати міжнародну підтримку України. Для надання правдоподібності використовувалися такі типові прийоми, як посилання на «анонімні джерела» та підробка логотипа авторитетного медіа Euronews. Обидва кейси демонструють спільні риси: опора на емоційні тригери, псевдодоказовість, узагальнення без конкретики та експлуатація стереотипів.

Аналіз платформ, через які поширюються фейки, показує чітку картину. За даними дослідження Н. Войтович, М. Кіци та І. Мудрої, проведеного серед 277 студентів-журналістів Львівського національного університету імені Івана Франка та Національного університету «Львівська політехніка», абсолютна більшість респондентів (97,1%) вказали соціальні мережі як головне джерело дезінформації. Лідером із великим відривом є Telegram — його назвали 242 опитаних. На другому місці TikTok (201 респондент), далі йдуть Facebook (135) та Instagram (105). Автори пояснюють таку популярність Telegram серед поширювачів фейків тим, що на цій платформі практично відсутня модерація контенту, що дозволяє дезінформації поширюватися безперешкодно та з високою швидкістю (Voitovych та ін., 2025). Користувачі цінують Telegram за оперативність, лаконічність і зручність, але ці ж якості роблять його ідеальним середовищем для фейків.

Окремої уваги заслуговує TikTok. Як зазначено на сайті Інституту масової інформації (ІМІ), ця платформа перетворилася на потужний інструмент поширення маніпулятивного контенту про війну в Україні. Алгоритми TikTok побудовані таким чином, що вони підхоплюють і просувають емоційно забарвлені, сенсаційні відео незалежно від їхньої правдивості. Короткий формат відео сприяє швидкому споживанню інформації без глибокого аналізу. ІМІ наводить конкретні приклади: відео з вирваними із контексту кадрами бойових дій, що подаються як актуальні події, хоча насправді зняті роки тому в інших конфліктах; фейкові свідчення «очевидців» про звірства українських військових; маніпулятивні нарізки виступів політиків (Баркар, 2025). Особливу небезпеку становить те, що спростування фейків у TikTok поширюються значно повільніше, ніж самі фейки, оскільки алгоритми надають перевагу емоційному, а не аналітичному контенту.

Дослідження StopFake підтверджує цю тенденцію і наводить дані про те, що у 2025 році міжнародні фейки, спрямовані проти української армії та іноземних добровольців, стали найпоширенішою категорією дезінформації. Серед прикладів – підроблена обкладинка британського видання Hull Daily

Mail із заголовком про «70 000 українських солдатів, які даремно загинули в Курській області». Цей фейк був розрахований на західну аудиторію і мав на меті створити враження, що втрати України є катастрофічними, а західна допомога витрачається марно. Інший приклад – фейки про «звірства» іноземних добровольців, які воюють на боці України (StopFake, 2026). Такі наративи спрямовані на дискредитацію міжнародної підтримки України та створення негативного іміджу української армії в очах світової спільноти.

ЮНІСЕФ звертає увагу на особливу вразливість дітей та підлітків до фейкової інформації. Молодь проводить у соціальних мережах значну частину свого часу, і саме там формується їхня картина світу. При цьому навички критичного мислення у підлітків ще недостатньо розвинені, вони схильні довіряти емоційному контенту і рідко перевіряють джерела інформації. ЮНІСЕФ наголошує на необхідності системної медіаосвіти починаючи зі шкільного віку. У своїх просвітницьких матеріалах організація пропонує прості алгоритми перевірки інформації: звертати увагу на джерело, шукати підтвердження в інших надійних медіа, аналізувати емоційне забарвлення повідомлення (якщо воно викликає надто сильні емоції — це привід для перевірки), перевіряти дату публікації та авторство (ЮНІСЕФ, 2022).

Яким же є реальний рівень медіаграмотності українців? Найповнішу картину дає шоста хвиля дослідження «Індекс медіаграмотності українців», проведена ГО «Детектор медіа» на вибірці з 1612 респондентів. Згідно з отриманими даними, 71% українців отримують суспільно-політичні новини з месенджерів, 70% – із соціальних мереж. При цьому лише 44% опитаних систематично перевіряють отриману інформацію на достовірність. Хоча 55% визнають проблему дезінформації актуальною, цього явно недостатньо для формування стійкого інформаційного імунітету. Особливо тривожною є ситуація в сегменті аудиторії з низьким рівнем медіаграмотності. Як показує звіт, 73% представників цієї групи ніколи не перевіряють інформацію з медіа, 54% не вважають дезінформацію актуальною проблемою, 38% ніколи не чули про маніпуляції в медіа, а 10% взагалі не користуються інтернетом. Це переважно люди старшого віку (46+ років), з нижчим рівнем освіти та добробуту, мешканці сіл і невеликих міст. Натомість серед аудиторії з високим рівнем медіаграмотності картина протилежна: 71% перевіряє інформацію, 77% знають про курси з медіаграмотності, 100% користуються інтернетом щодня. Це молодь до 35 років з вищою освітою, мешканці обласних центрів. Отже, існує чітка соціально-демографічна кореляція: рівень медіаграмотності прямо залежить від віку, освіти, добробуту та місця проживання (ГО «Детектор медіа», 2026). Це означає, що проблема дезінформації має не лише технологічний, а й глибокий соціальний вимір.

Дослідження Н. Войтович, М. Кіци та І. Мудрої дає підстави для обережного оптимізму. Порівнюючи загальнонаціональні дані з результатами опитування студентів, які пройшли спеціалізовані курси з медіаграмотності, автори виявили разючу різницю. Серед цих студентів 88,4% регулярно перевіряють сумнівну інформацію – це рівно вдвічі більше, ніж у середньому по країні. 93,9% опитаних знають, що таке медіаграмотність, і

володіють її базовими принципами. 95,3% впевнені, що здатні розпізнавати фейки та дезінформацію в медіа. 98,9% вважають поширення дезінформації загрозою для інформаційної безпеки України. У статті детально описуються методики, що використовувалися під час навчання: вправа «Факт і судження» (студенти вчаться відрізняти об'єктивну інформацію від оцінювальних висловлювань), аналіз кейсів (наприклад, конфлікт у Руанді та роль медіа в його ескалації), вправа «Визнач мову ворожнечі в заголовках» (студенти аналізують медійні тексти на наявність дискримінаційних формулювань і пропонують альтернативи). Такий практико-орієнтований підхід дозволяє не просто дати теоретичні знання, а сформувати стійкі навички критичного мислення. Цікавим є те, що самі студенти вважають найефективнішим методом боротьби з фейками поширення освітніх та роз'яснювальних відеоматеріалів у соціальних мережах — цю думку підтримав 61% опитаних (Voitovych та ін., 2025). Це свідчить про те, що просвітницький контент має бути адаптований до форматів, звичних для цільової аудиторії.

Новим викликом для цифрової грамотності є стрімке поширення технологій штучного інтелекту (ШІ). Згідно з даними ГО «Детектор медіа», кількість користувачів ШІ в Україні зросла за рік з 28% до 49%. Однак 51% населення все ще не користується цими технологіями. Серед причин: 26% не бачать у цьому потреби, 12% не знають, як це робити, 13% не довіряють системам ШІ, а 5% опитаних взагалі ніколи не чули про штучний інтелект. Водночас 70% респондентів вважають, що виробники медіаконтенту повинні позначати матеріали, створені з використанням ШІ (ГО «Детектор медіа», 2026). Це цілком виправдана вимога, адже сучасні нейромережі здатні генерувати надзвичайно переконливі фейкові зображення, відео та аудіозаписи, що візуально та аудіально майже неможливо відрізнити від реальних. Діпфейки стають новим потужним інструментом дезінформації, і протистояти їм без спеціальних навичок та інструментів верифікації стає дедалі складніше.

Підсумовуючи, можна зробити кілька важливих висновків. По-перше, проблема поширення фейкових новин в українському інформаційному просторі є надзвичайно гострою і має системний характер. Основними каналами дезінформації є соціальні мережі та месенджери, причому Telegram і TikTok лідирують за обсягами фейкового контенту через особливості своїх алгоритмів і політики модерації. Механізми впливу фейків базуються на експлуатації емоцій, використанні псевдодоказів, стереотипізації та апеляції до авторитетів. По-друге, рівень перевірки інформації серед більшості населення залишається недостатнім (лише 44% роблять це систематично), що створює сприятливе підґрунтя для інформаційних атак. Особливо вразливими є люди старшого віку з нижчим рівнем освіти та діти. По-третє, існує прямий емпіричний доказ того, що системне навчання медіаграмотності дає відчутний результат. Порівняння загальнонаціональних даних із результатами опитування студентів, які пройшли спеціальні курси, показує, що рівень перевірки інформації серед останніх вдвічі вищий. Це означає, що інвестиції в медіаосвіту є виправданими й необхідними. Перспективним

напрямом є створення просвітницького контенту в тих самих форматах і на тих самих платформах, де поширюються фейки – короткі відео для TikTok, Reels, YouTube Shorts. Крім того, зростання ролі штучного інтелекту в генеруванні фейкового контенту вимагає включення до програм з медіаграмотності тем, пов'язаних із розпізнаванням дипфейків та розумінням можливостей і обмежень ШІ. Лише комплексний підхід, що поєднує системну освіту, просвітницьку діяльність у соцмережах та технічні інструменти верифікації, здатний сформувати в українському суспільстві стійкий імунітет до дезінформації.

ЛІТЕРАТУРА

- Баркар, Д. (2025, 19 вересня). *30 фейків за 48 годин: що TikTok підсовує українцям у топдобріках. Дослідження ІМІ*. Інститут масової інформації.
<https://imi.org.ua/monitorings/fejky-ta-manipulyatsiyi-pro-ukrayinu-v-tiktok-analiz-imi>
- ГО «Детектор медіа». (2026, 13 березня). *Індекс медіаграмотності українців: 2020–2025 (шоста хвиля)*. Детектор медіа.
<https://detector.media/infospace/article/248278/2026-03-13-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202025-shosta-khvylya/>
- Ратушна, Т. (2025). Фейки та дезінформація в соціальних мережах під час війни: ризики для українського суспільства. *Grani*, 28(3), 84–91. <https://doi.org/10.15421/172573>
- ЮНІСЕФ. (2022, 27 грудня). *Фейки та факти. Чи розрізняє їх українська молодь?*
<https://www.unicef.org/ukraine/stories/fakes-or-facts>
- Ireton, C., & Posetti, J. (Eds.). (2018). *Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training*. UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>
- StopFake. (2026, 9 лютого). *Міжнародні фейки проти української армії та іноземних добровольців стали найпоширенішими у 2025 році*.
<https://www.stopfake.org/uk/mizhnarodni-fejki-proti-ukrayinskoyi-armiyi-ta-inozemnih-dobrovoltsiv-stali-najposhirenishimi-u-2025-rotsi/>
- Voitovych, N., Kitsa, M., & Mudra, I. (2025). Media education and media literacy as a factor in combating disinformation. *Journalism and Media*, 6(4), 188.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia6040188>

Остапова Яна¹*Email: yana.ostapova@knu.ua**http://doi.org/10.5281/zenodo.20707103*

Telegram як інструмент деформалізації комунікації політиків

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Із початком повномасштабного вторгнення значна частина комунікації стала доступнішою завдяки Telegram. Платформа забезпечує оперативне інформування про повітряні тривоги, обстріли, відключення електроенергії тощо, і це дозволяє реагувати на події в режимі реального часу. Згідно з даними дослідження «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 р.» (Дячук, 2024), Telegram є основним джерелом новин для 72% українців, що значно перевищує показники телебачення (48%) та вебсайтів (41%). Так само його використовують політики, військові та посадовці – всі, хто має аудиторію та інтернет.

Саме ця відкритість породжує феномен деформалізації політичної комунікації – поступового розмивання меж між офіційним зверненням та особистісним, неформальним висловлюванням. На відміну від традиційних медіа, Telegram не передбачає редакційного фільтра, що перетворює платформу на середовище підвищеної свободи, але водночас і підвищеного ризику.

Нікому не можна заборонити написати пост о 2-й ночі, на емоціях після важкого брифінгу або просто не про те, «що можна». Платформа, що дозволяє політикам писати напряду до своєї аудиторії без посередників, водночас позбавляє їх інституційного захисту. Тож питання про межі допустимого у комунікації публічних осіб стає предметом дослідження.

Як зазначає Дж. Томпсон (Thompson, 1995), трансформація публічної комунікації завжди пов'язана зі змінами медіасередовища та доступних каналів передачі інформації. Деформалізація — це, згідно з баченням О. Зернецької, свідомий процес зміщення формальних правил і процедур на користь підвищення гнучкості, ефективності та саморегулювання комунікативних практик (Зернецька, 1999). Неформальне спілкування відбувається природним шляхом, поза офіційними каналами. Деформалізація часто створює сприятливі умови для неформального, «свого» спілкування, і коли межа між офіційним та неофіційним стає тоншою чи взагалі стирається, це має наслідки. Крім того, що Telegram зараз став заміною офіційним медіа та джерелом інформації, завдяки доступності 24/7 він значно випереджає інші соціальні мережі.

На відміну від Facebook або Instagram, де стрічка формується алгоритмами автоматично, у Telegram усі нові повідомлення надходять до підписника у хронологічному порядку. Згідно з даними у статті IdeaDigital Agency, охоплення постів у Facebook становить всього 7–10%, тоді як

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

охоплення постів у Telegram сягає 60–80% (IdeaDigital Agency, 2025). Причиною такого переважання дослідники називають відсутність алгоритмічної стрічки та рекламних фільтрів, притаманних іншим соціальним мережам.

Крім того, Telegram став доцільною платформою для розвитку як особистого бренду, так і анонімних каналів, що дозволяє за декілька тижнів сформувати впевнену аудиторію. Як зазначає дослідник цифрових комунікацій Д. Плахта, успішним прикладом став кейс виборчої кампанії Володимира Зеленського, де Telegram використовувався для мобілізації прихильників та швидкого спростування закидів опонентів. Але він наголошує, що анонімність є ключовим інструментом для здійснення політичних маніпуляцій та реалізації стратегій чорного піару (англ. «dark PR») (Plakhta, 2020). Розвиток Telegram в Україні можна відзначити двома хвилями: перша – після блокування «ВКонтакте» у 2017 р., а друга – після початку повномасштабного вторгнення.

Деформалізація політичної комунікації в Telegram не є новітнім явищем. Вона проявляється вже давно і реалізується через певні трансформації: від зміни мовних правил і норм до руйнування класичних візуальних стандартів. По-перше, це мовна деформація – перехід політиків від офіційно-ділового стилю до більш розмовного та «свого». Вони використовують суржик, сленг та ненормативну лексику, що дозволяє посадовцю виглядати більш «народним» серед виборців, але водночас несе репутаційні ризики.

Яскравим прикладом є кейс мера Дніпра Бориса Філатова (Філатов, 2026). У березні 2026 р. у його офіційному каналі розпочався публічний конфлікт із блогером Лаченом, де Б. Філатов використовує прямі образи. Використання висловів на кшталт «вагітний тарган призовного віку» та нецензурної лексики демонструє повне стирання межі між високою посадою мера та особистими емоціями. Цікаво, що сам Б. Філатов маркує частину своїх дописів фразою про те, що пост згенерований ШІ – це є іронічним відстороненням від відповідальності зі збереженням агресивного тону повідомлення.

Як показує аналіз статистики (TGStat, 2026), такі скандали часто супроводжуються яскравими емоціями, що призводить до зростання цитованості та залученості аудиторії. Можна констатувати, що емоційно заряджений контент перетворюється на інструмент привернення уваги.

Крім того, політики починають частіше ділитися особистим життям чи думками, що виходять за межі їхньої компетенції. Це формує образ лідера як живої та щирої людини. Telegram став майданчиком для внутрішньополітичних скандалів поза межами офіційних пресконференцій. Наприклад, у згаданому конфлікті Б. Філатов прямо звинувачує блогера у зв'язках з Офісом Президента та махінаціях із бронюванням, що перетворює канал на інструмент політичної боротьби.

Кейс Олексія Гончаренка (Гончаренко, 2026) дає нам приклад того, як народні депутати використовують іронію та меми як основний метод подачі

інформації. Вони змішують серйозні законопроекти з розважальним контентом, щоб утримати увагу аудиторії.

Важливо згадати і про структурну деформацію. Цей тип прояву характеризується відсутністю професійного фільтра у вигляді пресслужби: повідомлення публікуються миттєво, часто в неробочий час. На прикладі мерів великих міст — Віталія Кличка, м. Київ (Кличко, 2026), та Ігоря Терехова, м. Харків (Терехов, 2026), — спостерігаємо їхнє перетворення на головні джерела оперативної інформації. Їхні повідомлення про вибухи чи ситуацію з енергопостачанням о 2-й чи 4-й годині ночі можуть сприйматися як достовірніші завдяки відсутності затримок, характерних для офіційних сайтів чи медіа, що створює відчуття присутності в центрі подій і допомагає жителям орієнтуватися в ситуації. До того ж, дописи без редактури часто містять друкарські помилки, що лише підкреслює «живість» та терміновість моменту.

Не можна оминати відмову від професійних студійних фото на користь селфі, відео на фронтальну камеру та голосових повідомлень. Наприклад, Михайло Федоров та Олексій Гончаренко активно використовують формат «кружечків» (відеоповідомлень), що створює ілюзію особистої розмови з підписником. Відсутність штативів, камер та професійного освітлення формує образ людини справи, яка не має часу на підготовку офіційного релізу. Як зазначає Д. Плахта, формат прямого спілкування є значно ефективнішим за класичні методи, оскільки будує довіру через візуальну близькість до реальності (Plakhta, 2020). Існує думка, що цю тенденцію у публічному просторі започаткував Президент України Володимир Зеленський — він почав записувати на телефон звернення до громадян від початку повномасштабного вторгнення (Зеленський, 2026).

Серед переваг Telegram варто виділити його стабільність: застосунок завантажується навіть за мінімальної швидкості інтернету, що є особливо важливим в умовах блекаутів в Україні. Це підвищує його позиції серед ресурсів для інформування. Крім того, відсутність медіапосередників дозволяє політикам транслювати думки напямую. Проте, як свідчать наведені кейси, відсутність фільтрів не завжди позначається позитивно.

Окремої згадки заслуговує високий рівень довіри до Telegram. Згідно з даними опитування групи «Рейтинг», Telegram як джерелу інформації довіряють 29% українців, тоді як традиційним медіа — лише 16%. Понад половина респондентів регулярно читають канали у месенджері, що вдвічі перевищує кількість глядачів телемарафону «Єдині новини». Останній водночас має найвищий рівень недовіри — 39%. Висока прихильність до Telegram притаманна молоді до 29 років, заможним громадянам та особам із вищою освітою (Rating Group, 2025).

Проте така майже безумовна довіра має зворотний бік. Оскільки месенджер сприймають як надійний ресурс, лише 18% опитаних проводять фактчекінг, тоді як 40% зазвичай не перевіряють отримані дані, а ще 34% покладаються лише на власну інтуїцію. Цей фактор створює ідеальне середовище для маніпуляцій та деформалізованої комунікації. Як результат,

40% українців зазначають, що через надмірну кількість джерел не можуть відрізнити правду від фейку.

З іншого боку, адміністратори каналів здебільшого анонімні, не мають редакційного контролю та не несуть відповідальності за достовірність контенту, що підриває інституційний авторитет. Платформа є відкритим майданчиком для просування ворожих наративів. Через швидкість поширення та складність притягнення до відповідальності будь-хто може замовити дискредитаційну статтю про відому особу. Окрім дезінформації, месенджер використовують для кібератак та фішингу, а в умовах війни – і для поширення координаційних даних (Рада національної безпеки і оборони України, 2024).

Деформалізація комунікації політиків стала загальноприйнятою нормою. Використання Telegram у політичній діяльності стало стандартом після виборів 2019 р. Як зазначає Д. Плахта, успіх цифрових стратегій довів, що пряме спілкування з виборцями через соціальні мережі є ефективнішим за класичні методи (Plakhta, 2020). Цей процес спровокував трансформацію суспільних очікувань: сучасна аудиторія звикла до коротких, емоційних повідомлень через сформоване «кліпове мислення». Це змушує навіть консервативні державні структури та традиційні медіа підлаштовуватися під нові формати. Вплив платформи настільки значний, що вже близько 57% онлайн-видань використовують Telegram як джерело або посилаються на нього у своїх матеріалах (Інститут масової інформації, 2025). Таким чином, деформалізація стає новою мовною та структурною нормою політичного процесу в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

- Гончаренко, О. (2026). Олексій Гончаренко [Telegram-канал]. <https://t.me/goncharenkoua>
- Дячук, К. (2024, 7 листопада). Дослідження: Telegram залишається для українців основною соцмережею для спілкування та отримання новин. Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-telegram-zalyshayetsya-dlya-ukrayintsiv-osnovnoyu-sotsmerezheyu-dlya-spilkuвання-ta-i64761>
- Зеленський, В. (2026). Володимир Зеленський [Telegram-канал]. https://t.me/V_Zelenskiy_official
- Зернецька, О. В. (1999). *Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини*. Освіта.
- Інститут масової інформації. (2025, 11 грудня). Telegram став головною платформою комунікації влади з громадськістю – дослідження ІМІ. <https://imi.org.ua/news/telegram-stav-golovnoyu-platformoyu-komunikatsiyi-vlady-z-gromadskistyuu-doslidzhennya-imi-i65408>
- Рада національної безпеки і оборони України. (2024, 20 вересня). НКЦК прийняв рішення обмежити використання Telegram в органах державної влади, військових формуваннях, на об'єктах критичної інфраструктури. <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Diialnist/6994.html>
- Терехов, І. (2026). Ігор Терехов [Telegram-канал]. https://t.me/ihor_terekhov
- Філатов, Б. (2026). Борис Філатов [Telegram-канал]. https://t.me/filatov_official
- IdeaDigital Agency. (2025). Телеграм-канал для бізнесу: Як створити і просувати? <https://ideadigital.agency/blog/telegram-kanal-dlya-vashogo-biznesu/>

- Plakhta, D. (2020). Telegram as a tool for political influence and manipulation. *TV and Radio Journalism*, (19), 88–94.
<https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/view/2955/3195>
- Rating Group. (2025, 1 вересня). *Українці, довіра до медіа та дезінформація*.
<https://www.ratinggroup.ua/news/media-aug2025>
- TGStat. (2026). Telegram channels and groups analytics. <https://uk.tgstat.com/en/analytics>
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Polity Press.
<https://archive.org/details/mediamodernitysoothom>

Ремпен Марія¹*Email: rempenschool@gmail.com*<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707126>**Генеративний ШІ в освіті:
перспективи дослідження
використання в навчанні**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Сфера штучного інтелекту, в тому числі генеративного (породжувального) штучного інтелекту (ШІ), продовжує стрімко розвиватись. Так, протягом останніх 10 років стало доступно понад 200 великих мовних моделей (ВММ, або англ. LLM) (LLM Timeline, 2026). При цьому зростає не лише кількість моделей, але і якість. Згідно з даними Керівного комітету Індекс ШІ (англ. «AI Index Steering Committee») Стенфордського університету, штучний інтелект вже наздоганяє та перевищує людський рівень за деякими бенчмарками, проте все ще суттєво відстає у завданнях, що вимагають вузькоспеціалізованої наукової експертизи та складного логічного висновку – у тесті «Останній іспит людства» (англ. «Humanity's Last Exam» або HLE) найкращі моделі досягали лише 38,3% точності (Stanford HAI, 2026).

Тим часом ШІ все більше інтегрується у різноманітні сфери життя, і навчання не є винятком. В опитуванні Chegg студентів університетів із 15 країн 80% опитаних повідомили, що вони використовували генеративний ШІ для підтримки свого навчання, і 67% опитаних використовують його саме для виконання академічних завдань. У цьому дослідженні частка користувачів варіювалась залежно від країни і була найвищою для Індонезії (95%), а для США та Великобританії – найменшою (67%). При цьому студенти, які використовують генеративний ШІ для навчання, повідомляють про часте його використання: 56% вводять запит щонайменше один раз на день (Chegg, 2025).

В Україні також зростає використання ШІ у всіх вікових категоріях. Згідно з даними КМІС, частка його регулярних користувачів (регулярність – щонайменше раз на тиждень) з 2025 по 2026 рр. зростає з 17% до 27%. При цьому люди віком 18–29 років залишаються найбільш активними користувачами – 58% використовують ШІ принаймні раз на тиждень (Паніотто & Грушецький, 2026). У дослідженні ГО «Детектор медіа» 43% молодих людей (віком 18–25 років) зазначали, що використовують ШІ для навчання (ГО «Детектор медіа», 2026). На жаль, спеціалізованих всеукраїнських досліджень використання генеративного ШІ саме серед студентів ще немає, тоді як у світі їх вже активно проводять та охоплюють ними різні напрями: які саме завдання студенти делегують ШІ, яким чином вони з ним взаємодіють та як це впливає на освітні результати.

Згідно з результатами опитування Chegg, студенти найчастіше використовують генеративний ШІ для розуміння концепцій (56%), пошуку інформації (52%), генерації ідей або створення чернеток (46%), безпосередньо

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

для написання або редагування робіт (41%) (Chegg, 2025). У дослідженні використання студентами моделі Claude, що було проведено Anthropic, розмови з ШІ поділили на 4 стилі за 2 критеріями: бажаним результатом (розв'язання проблем чи створення контенту) та стилем взаємодії (прямі, що спрямовані на швидке отримання готового рішення, та колаборативні, що спрямовані на досягнення цілі через активний діалог). Прямі розмови становили 40–50% від усіх з певними відмінностями залежно від галузі (Anthropic, 2025). Тобто майже половина розмов була спрямована на отримання швидких відповідей, що не вимагає від студента ретельного вивчення теми і дає можливість обмежитись лише поверхневим аналізом згенерованих результатів.

Однією з основних проблем з використанням генеративного ШІ в освіті залишається неможливість сповна оцінити, як це впливає на засвоєння матеріалів та набуття професійних компетенцій. Так, у дослідженні «Ваш мозок під впливом ChatGPT» про когнітивну залученість під час написання есе (Kosmyna et al., 2025) колектив авторів виявив, що група, яка використовувала ШІ, продемонструвала меншу глибину когнітивного опрацювання та слабшу інтеграцію знань. Автори відзначали, що використання ВММ зменшувало схильність користувачів критично оцінювати результати або «думки» (ймовірнісні відповіді на основі навчальних наборів даних) ВММ. Це підкреслює тривожну еволюцію ефекту «ехокамери»: замість того, щоб зникнути, він адаптувався і формує вплив користувача через алгоритмічно підібраний контент. Окрім цього, створеним за допомогою ШІ есе часто бракувало різноманіття ідей та особистої залученості – студенти неодноразово поверталися до схожих тем. Проте систематичний огляд досліджень впливу генеративного ШІ на академічні результати за 2023–2025 рр. (Kumar et al., 2025) демонструє, що використання ШІ може впливати і позитивно, і негативно – залежно від використання.

Більшість як іноземних, так і українських досліджень спираються на самостійну оцінку впливу ШІ і покладаються на самозвітність респондентів, і наявні дослідження, що спираються переважно на суб'єктивну оцінку, не дають однозначної відповіді. Наприклад, у дослідженні італійських університетів (Farinosi & Melchior, 2025) більшість студентів відзначали певний негативний вплив на креативність та здатність мислити, але позитивний вплив на ефективність пошуку інформації та розуміння складних понять.

Важливо розуміти, що використання генеративного ШІ вимагає відповідального ставлення, аби уникнути негативних ефектів. При цьому заборона використання генеративного ШІ на рівні університетів не дасть позитивних результатів, оскільки буде неефективною через неможливість надійного відстеження використання ШІ, але при цьому обмежить доступ до можливостей, що надає його використання. Міністерство освіти і науки України надає рекомендації щодо впровадження у ЗВО, ефективного використання і для викладання, і для навчання, а також інструкції щодо запобігання академічній недоброчесності (Міністерство освіти і науки

України, 2025). На рівні університетів та факультетів також затверджуються положення про використання ШІ з метою забезпечення якості освітнього процесу. Так, у положенні, затвердженому у КНУ імені Тараса Шевченка, зазначаються основні етичні принципи використання, політики, критерії оцінювання та алгоритм дії на випадок підозри недоброчесного використання (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2026). Проте важкість виявлення недоброчесного використання зумовлюється відсутністю надійних інструментів виявлення ШІ та перекладанням цього обов'язку на викладачів. Тобто з появою генеративного штучного інтелекту порушення академічної доброчесності стало простішим та менш ризиковим.

Отже, традиційні механізми академічного контролю виявляються недостатніми в умовах широкої доступності генеративного ШІ, а швидкість його розвитку випереджає здатність освітніх систем адаптуватися. Це зміщує фокус із виявлення порушень на усунення передумов для них: потрібно не лише змінювати освітній процес та оцінювання студентів відповідно до сучасних технологій, але також розвивати навички усвідомленого користування, аби мінімізувати негативні ефекти від використання генеративного ШІ. У цьому контексті дослідження мотивів недоброчесного використання ШІ студентами є необхідною умовою для ефективної адаптації процесу навчання, переосмислення підходів до оцінювання та забезпечення рівного доступу до навчальних можливостей, що дозволить усунути умови ускладнення чесного виконання завдань. Особливо актуальним це є для українського контексту, де системних досліджень цього явища у студентському середовищі досі бракує попри зростання використання генеративного ШІ серед молоді.

ЛІТЕРАТУРА

- ГО «Детектор медіа». (2026, 13 березня). Індекс медіаграмотності українців: 2020–2025 (шоста хвиля). <https://detector.media/infospace/article/248278/2026-03-13-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202025-shosta-khvylya/>
- Київський національний університет імені Тараса Шевченка. (2026, 5 березня). *Положення про використання штучного інтелекту при реалізації освітніх програм у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка.* http://biomed.knu.ua/images/stories/NMK/Documents/Baza_vnutrishnih_doc/2026/P_olozhennia_pro_AI_compressed.pdf
- Міністерство освіти і науки України. (2025, квітень). *Рекомендації щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти.* <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/news/2025/04/24/shi-v-zakladakh-vyshchoi-osvity-24-04-2025.pdf>
- Паніотто, В., & Грушецький, А. (2026, 26 березня). *Використання штучного інтелекту населенням України.* Київський міжнародний інститут соціології. <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1599&page=1>
- Anthropic. (2025, April 8). *Anthropic education report: How university students use Claude.* <https://www.anthropic.com/news/anthropic-education-report-how-university-students-use-claude>
- Chegg. (2025). *Global student survey 2025.* https://8dfb1bf9-2f43-45af-abce-2877b9157e2c.usrfiles.com/ugd/8dfb1b_2d132a015d2a405893643b746d1bdf56.pdf

- Farinosi, M., & Melchior, C. (2025). To adopt or to ban? Student perceptions and use of generative AI in higher education. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, Article 1684. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05982-7>
- Kosmyna, N., Liao, X.-H., Hauptmann, E., Beresnitzky, A. V., Yuan, Y. T., Braunstein, I., Situ, J., & Maes, P. (2025). *Your brain on ChatGPT: Accumulation of cognitive debt when using an AI assistant for essay writing task*. MIT Media Lab. <https://www.media.mit.edu/publications/your-brain-on-chatgpt/>
- Kumar, P. R., Yusof, S. M., Aziz, R. C., & Mahmud, A. (2025). The impact of generative AI tools on academic performance in higher education: A systematic review (2023–2025). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 15(12), 2149–2160. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v15-i12/27076>
- LLM Timeline. (2026). AI timeline — complete history of 194+ large language models. <https://llm-timeline.com/>
- Stanford HAI. (2026, April). *The 2026 AI index report*. <https://hai.stanford.edu/ai-index/2026-ai-index-report>

Романенко Анастасія¹Email: anastasiia.romanenko@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707145>

Що таке інформаційна стійкість і чому її плутають із медіаграмотністю

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

У ХХІ ст. жодна війна або військовий конфлікт не обходились без застосування інтернет-технологій. Це черговий фронт, на якому ведуться баталії, де зброєю слугують не кулі та міномети, а власна освіченість щодо стратегій ворога і того, як їм протидіяти. Відповідні навички є важливими для будь-якого користувача інтернету в будь-який час, але під час кризових ситуацій їхня важливість проявляється найбільше.

Основним механізмом захисту та протидії є інформаційна стійкість, що є великим, комплексним та маловивченим явищем, особливо в українському науковому дискурсі. Крім того, термін «медіаграмотність» вирує в інформаційному полі України значно довше, через що він майже «поглинув» уявлення про інформаційну стійкість.

Що являє собою термін «медіаграмотність»? За запитом в інтернеті можна знайти таке визначення: *«Медіаграмотність, медійна грамотність (англ. media literacy) – рівень медіакультури, досягнений медіаосвітою, що стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції – розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують»* (Вікіпедія, 2006). Громіздке, але більшою мірою узагальнене визначення, що досить легко знаходиться, однак це не означає, що воно є кінцевим та всеохопним. Варто зазначити, що на тему медіаграмотності ми виявили досить мало наукових робіт та статей, а досить велика частина цих робіт працює над тим, щоб узагальнити уявлення про медіаграмотність з іншої частини досліджень. В одній із подібних оглядових праць (Potter, 2022) було виділено шість складників, що в основному і використовують для визначення медіаграмотності у різних джерелах (див. Таблицю 1).

З цих критеріїв можна вивести те, що медіаграмотність – це перш за все набір практичних навичок, що надають змогу користувачу ефективно «фільтрувати» інформацію та розуміти, що саме він робить, який сенс цих дій особисто для користувача. Такі навички досить легко перевірити, та вони не вимагають занадто великої кількості часу для опанування.

З іншого боку, існує поняття інформаційної стійкості. З одного боку, знайти її визначення через простий пошук в інтернеті ні українською, ні англійською мовами неможливо. З іншого боку, проаналізувавши декілька

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

все-таки знайдених джерел, ми зіткнулися з великою кількістю теоретичних напрямів, пов'язаних із дослідженням інформаційної стійкості (Лигачова, 2025; Мельник, 2021; Sadiq et al., 2022; Sakurai & Chughtai, 2024). Можна окреслити два основних напрями теоретизування: про роль держави (чи виконує регулювальну роль та/чи бере безпосередню участь, або це окремий вид інформаційної стійкості) та про рівень стійкості (макрорівень суспільства або мікрорівень індивіда).

Таблиця 1. Найчастіше згадувані критерії визначення медіаграмотності

Назва складника	Що являє собою
Навички	Розумова здатність, яку люди використовують для виконання певного завдання, що стосується використання медіа (наприклад, «зважування» вірності новини, створення альтернативного сенсу, створення медіаповідомлення тощо)
Знання	Якась фактична інформація, яку вважають важливою для опанування людьми, щоб можна було вважати їх медіаграмотними; ця інформація може бути фактично перевірена
Вірування	Твердження щодо сутності речей, які люди приймають як правдиві; вірування не можуть бути фактично перевіреними – замість цього вони відображають особисті інтерпретації та суб'єктивні сприйняття
Поведінка	Твердження щодо дій, які можна спостерігати і необхідно виконати один раз або за звичкою протягом якогось часу, щоб вважатися медіаграмотними
Мотивація	Мотиви та бажання, що було зазначено як важливі та актуальні щодо медіаграмотності
Макроідеї	Твердження, що стосуються загальної мети та ідеї медіаграмотності

Якщо наближати визначення інформаційної стійкості до рівня визначення медіаграмотності (тобто мікрорівня), то можна сформулювати таке визначення: *інформаційна стійкість індивіда – це інтегральна здатність особистості ефективно функціонувати в умовах інформаційної невизначеності та тиску, що ґрунтується на медіаграмотності (пошук, верифікація, етичне використання інформації) та психологічній готовності адаптуватися до змін, протистояти маніпуляціям та дезінформації, зберігаючи цілісність сприйняття й автономію суджень. Вона формується у процесі соціальної взаємодії та передбачає здатність до ситуаційної обізнаності, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення та зменшувати інформаційні вразливості в динамічному цифровому середовищі, враховуючи як потенціал, так і ризики сучасних технологій (зокрема штучного інтелекту). У цьому визначенні чітко видно ієрархію медіаграмотності стосовно інформаційної стійкості, і ця чіткість надає змогу, по-перше, розмежувати ці поняття, по-друге, закласти фундамент для дослідження цих двох явищ без перекривання та спотворення одне одного.*

Головною ознакою різниці між медіаграмотністю та інформаційною стійкістю є роль емоцій та емоційного інтелекту. Медіаграмотність повністю ігнорує цю характеристику, передбачаючи повну раціональність та

прагматичність, що є досить далеким від реальності. Людина, піддаючись емоціям, може цілком взаємодіяти із фейками або рейджбейтами, розуміючи, що це фейки та рейджбейти. Іншими ознаками виразної різності є час опанування цих навичок (він є значно меншим для медіаграмотності) та стійкість у часі (інформаційна стійкість є значно стійкішою у часі та не потребує такої частої практики, як медіаграмотність, задля підтримки рівня).

Причин, чому медіаграмотність та інформаційну стійкість вважають синонімічними поняттями, можна виділити декілька:

1. набуття популярності та актуальності майже в один проміжок часу в Україні. Медіаграмотність набула своєї популярності та актуальності під час пандемії COVID-19, коли відбувся масовий перехід до комунікативних інтернет-засобів та середній час користування екраном значно збільшився. Цей період вказав на прогалини у медіаосвіті, особливо серед старшого покоління, і вони потребували негайного перекриття. Через два роки відбулося повномасштабне вторгнення, а разом із ним – вторгнення в інформаційний медійний простір фейків, ІПСО та інших інформаційних атак, спрямованих на дестабілізацію та деморалізацію громадян України. Зросла потреба у підвищенні інформаційної стійкості, але через маловивченість цього механізму та «репутацію» медіаграмотності вийшла плутанина;

2. функціональна причина та хибна кореляція. Медіаграмотність вже була доволі відомим терміном, що досить глибоко увійшов як до системи навчання, так і до життя як такого, а також вона вже показувала результати та досить ефективно закривала попередні прогалини. Через це мало хто вважав потрібним звертатися до іншого терміна, незважаючи на те, що медіаграмотність не охоплює щонайменше психологічні аспекти питання;

3. психологічна причина. Через те, що для опанування цих двох механізмів необхідна різна кількість часу, набагато легше вірити, що достатньо відвідати курси з медіаграмотності, щоб бути захищеним, ніж прийняти той факт, що також необхідно змінювати своє звичне середовище та інколи зізнаватися самому собі та/або перед кимось у неправоті;

4. термінологічна невизначеність. Медіаграмотність має нечітке визначення, через що визначення відповідного поняття дуже легко «вбирає» визначення понять щодо інших схожих явищ. Натомість інформаційна стійкість взагалі не має визначеності, а робіт, у яких автори намагаються описати її механізм, дуже мало.

Всі ці пункти слугують поясненням щодо того, чому інформаційна стійкість є маловивченою. Завершуючи, можна зробити беззаперечний висновок, що медіаграмотність як компонент інформаційної стійкості не є тотожною інформаційній стійкості. Остання є значно ширшим та комплексним маловивченим явищем, що спонукає до досліджень у цьому напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

Вікіпедія. (2006, 19 грудня). Медіаграмотність.
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Медіаграмотність>

- Лигачова, Н. (2025, 28 квітня). Інформаційна стійкість суспільства: чи потрібне «міністерство правди»? Детектор медіа.
<https://detector.media/community/article/240366/2025-04-28-informatsiyna-stiykist-suspilstva-chy-potribne-ministerstvo-pravdy/>
- Мельник, І. В. (2021). Інформаційна стійкість України: вибір трендів масової культури та їх вплив на суспільну свідомість і стратегії державного управління. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*, (2), 69–74. <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2021.2/012>
- Potter, W. J. (2022). Analysis of definitions of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 14(2), 27–43. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-2-3>
- Sadiq, S., Indulska, M., & Raza, H. (2022). Information resilience: The nexus of responsible and agile approaches to information use. *The VLDB Journal*.
<https://doi.org/10.1007/s00778-021-00720-2>
- Sakurai, M., & Chughtai, H. (2024). Introduction to information resilience in the context of national preparedness. In *Information resilience in a wicked environment*. Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-66196-9_1

Бурдін Ярослав¹Email: burdin_yaroslav@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707172>

Можливості та обмеження ШІ в дослідженнях культурного спротиву

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Феномен культурного спротиву – з огляду на його складну природу – вивчається на перетині кількох дисциплін, зокрема соціології, антропології та культурних студій. Дослідження Дж. Скотта та С. Голла показують, що такий спротив рідко набуває прямих, відкритих форм (Hall, 2009; Scott, 1990). Натомість він виражається через «приховані транскрипти», символічні практики, повсякденну протидію та альтернативні способи протистояння домінантним наративам. Впровадження генеративних моделей штучного інтелекту (ШІ) та пов'язаних із ними технологій обробки природної мови суттєво розширило методологічний інструментарій соціальних наук. Водночас застосування інструментів ШІ для аналізу прихованих і неявних практик залишається методологічно складним. Відтак нашим завданням є аналіз ключових можливостей та обмежень використання ШІ для соціологічного вивчення культурного спротиву.

Однією з ключових переваг використання алгоритмічних інструментів є можливість масштабування аналізу. Великі мовні моделі та методи автоматизованого опрацювання текстів дозволяють аналізувати такі обсяги даних, що практично неможливо опрацювати вручну традиційними методами: мільйони дописів у соціальних мережах, архіви цифрових медіа, масиви транскриптів інтерв'ю. Як зазначає Л. Манович, обчислювальна аналітика формує нові пізнавальні можливості саме завдяки переходу від близького вивчення одиничних артефактів до статистичної обробки великих баз даних (Manovich, 2020). Це має важливе значення для досліджень культурного спротиву, оскільки його прояви зазвичай фрагментовані, розпорошені у повсякденних практиках і складно піддаються систематизації без застосування методів обчислювальної соціології.

Наступною можливістю є підтримка мультимодального аналізу. Сучасні моделі здатні паралельно опрацьовувати текст, зображення та аудіодані. У дослідженнях культурного спротиву це дозволяє залучати до аналізу візуальні матеріали – меми, графіті, плакати чи відеоролики, що раніше складно піддавалися формалізації та кількісному вимірюванню. Як зазначає Т. Андервуд, методи віддаленого читання (англ. «distant reading») дають змогу фіксувати довгострокові культурні трансформації, які зазвичай залишаються непомітними під час традиційного якісного аналізу окремих текстів (Underwood, 2019).

Крім можливості обробки великих масивів інформації, застосування інструментів ШІ суттєво оптимізує роботу з багатомовними даними.

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Автоматизована обробка та нормалізація дозволяють інтегрувати матеріали різними мовами в єдину дослідницьку вибірку. Це має практичну цінність для вивчення спротиву в умовах війни, коли інформаційний простір часто сегментований. Зрештою, методи тематичного моделювання та автоматизованого аналізу тональності текстів формують базу для подальшого якісного дослідження. Вони допомагають структурувати дискурсивне поле: виокремлювати ключові теми, простежувати їхню динаміку в часі та оцінювати загальну емоційну спрямованість повідомлень.

Тепер час поговорити про обмеження. Суттєвим методологічним викликом є алгоритмічна упередженість тренувальних даних. Як зазначають Е. Бендер та співавтори, великі мовні моделі відтворюють статистичні закономірності текстових масивів, на яких вони навчалися (Bender et al., 2021). Українська мова, зокрема її розмовні, регіональні чи інші форми, репрезентована у таких вибірках непропорційно мало. Внаслідок цього результати машинного аналізу можуть бути систематично зміщені на користь домінантних мовних і культурних моделей, що становить проблему для вивчення спротиву, що часто спрямований саме проти домінантних структур.

Інше обмеження зумовлене специфікою самого явища спротиву. Згідно з Дж. Скоттом, «приховані транскрипти» виникають через ризикованість відкритого протесту, тому спротив часто маскується за допомогою іронії, сарказму, алюзій чи езопової мови (Scott, 1990). Сучасні алгоритми постають перед труднощами під час ідентифікації іронічного підтексту. В українському соціокультурному середовищі, насиченому специфічними референціями, ця проблема загострюється. Відповідно, некритичне використання інструментів автоматизованого аналізу тональності може призвести до втрати глибинних сенсів, що є ключовими для соціологічного розуміння практик спротиву.

Ще одним викликом є проблема деконтекстуалізації даних. Як зазначає К. Кроуфорд, алгоритми ШІ виокремлюють закономірності без урахування соціально-історичних умов їх формування (Crawford, 2021). Водночас культурний спротив є глибоко контекстуальним явищем: дія, що за одних обставин є рутинною практикою, за інших набуває ознак спротиву. Брак розуміння локального контексту під час автоматизованої класифікації неминуче призводить до надмірного спрощення об'єкта вивчення. Окремої уваги вимагають етичні ризики. Аналізовані текстові масиви часто містять повідомлення від вразливих груп (жителів тимчасово окупованих територій, внутрішньо переміщених осіб, активістів тощо). Технічна можливість деанонімізації авторів є прямою загрозою безпеці учасників спротиву. Відповідно, такі дослідження зумовлюють необхідність впровадження спеціальних етичних протоколів, більш суворих за стандартні процедури роботи із вторинними даними.

Зрештою, окремим викликом є проблема інтерпретаційного редукціонізму. Уявна точність алгоритмічних результатів здатна створювати ілюзію вичерпності аналізу. Проте, як наголошують Д. Бойд та К. Кроуфорд, твердження про абсолютну об'єктивність «великих даних» є концептуально

вразливим, оскільки поза соціально-культурним контекстом втрачається значна частина аналітичного значення (Boyd & Crawford, 2012).

З огляду на вищезазначене, інструменти ШІ доцільно розглядати не як альтернативу традиційним підходам, а як комплементарний складник кількісної та якісної методології дослідження культурного спротиву. Їхня ключова перевага полягає у можливості масштабування та відтворюваності первинної обробки великих масивів даних. Натомість суттєвим недоліком залишається алгоритмічна неспроможність коректно розпізнавати приховані сенси, враховувати локальний контекст і зчитувати соціально-політичну значущість замовчування.

Відтак, дизайн дослідження доцільно вибудовувати як гнучку модель, що може включати такі взаємопов'язані етапи:

1. автоматизоване попереднє формування та опрацювання інформаційного корпусу;
2. формування цілеспрямованої вибірки кейсів для їхнього якісного та/або кількісного аналізу;
3. залучення інших якісних або кількісних підходів для розширення аналітичних можливостей та більш комплексного розуміння досліджуваного явища.

Подальші методологічні розробки у цьому напрямі мають фокусуватися на формуванні репрезентативних україномовних баз даних, донавчанні моделей з урахуванням специфіки локального соціокультурного середовища та – що є критично важливим – розробці суворих етичних протоколів для мінімізації ризиків деанонімізації учасників спротиву під час дослідницької діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

- Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots. In *FAccT '21: 2021 ACM conference on fairness, accountability, and transparency* (pp. 610–623). ACM. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>
- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2012.678878>
- Crawford, K. (2021). *The atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence*. Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1ghv45t>
- Hall, S. (2009). Encoding/decoding. In *Media studies* (pp. 28–38). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9781474473231-005>
- Manovich, L. (2020). *Cultural analytics*. MIT Press. <https://mitpress.mit.edu/9780262037105/cultural-analytics/>
- Scott, J. C. (1990). *Domination and the arts of resistance: Hidden transcripts*. Yale University Press. https://monoskop.org/images/o/of/Scott_James_C_Domination_and_the_Arts_of_Resistance_Hidden_Transcripts_1990.pdf
- Underwood, T. (2019). *Distant horizons: Digital evidence and literary change*. University of Chicago Press. <https://academic.oup.com/chicago-scholarship-online/book/31660>

Вільк Дар'я¹Email: daria.vilk@knu.ua<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707213>

Вплив алгоритмів соцмереж на якість вибірки в інтернет-дослідженнях

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Оскільки соціальні мережі стрімко набувають популярності, а онлайн-комунікація дедалі більше заміняє живу, соціологічні опитування трансформуються та переходять у цифровий формат. Проте у дослідженнях соціальних мереж вибірка часто є зміщеною (англ. «biased»), що ускладнює отримання точних результатів (Katzir et al., 2011). Як зазначають українські дослідники, «серйозною загрозою репрезентативності онлайн-опитувань є систематичне зміщення аудиторії» (Красновський & Харченко, 2012). Алгоритми можуть обмежувати доступ різних груп користувачів до певного контенту, зокрема опитувань, демонструючи його переважно однодумцям і формуючи кластери, що наразі є однією з найбільших проблем.

Грунтовне дослідження цієї теми передбачає насамперед розгляд теоретичних засад. А саме: що таке алгоритми, яка їх функція та що робить вибірку якісною. Алгоритми соціальних мереж – це набори автоматизованих правил та обчислень, що аналізують поведінку користувача для персоналізованої стрічки новин. Їхня головна мета – це підвищити залученість, показуючи найбільш релевантні публікації. Тож до поля зору користувача потрапляють лише ті пости та інформація, що мають схожу тему з контентом, який споживається ним найчастіше – це значно ускладнює формування репрезентативної вибірки та є найсуттєвішою проблемою. Таким чином, соціальні мережі сприяють формуванню «інформаційних бульбашок», у межах яких користувачі взаємодіють переважно з однодумцями, що обмежує різноманітність інформації (Cinelli et al., 2021). Важливо розрізняти типи алгоритмів, кожний з яких виконує свою функцію:

1. алгоритми ранжування визначають те, який контент користувач бачить у своїй стрічці першим. Вони аналізують попередню активність та підіймають у стрічці ті публікації, що з більшою ймовірністю зацікавлять певну аудиторію. Тобто опитування можуть не потрапляти в поле зору значної частини аудиторії, якщо вони не відповідають інтересам користувача. Це може суттєво зменшити випадковість відбору і призвести до того, що у вибірці переважатимуть люди з подібними інтересами;

2. алгоритми рекомендацій пропонують користувачам новий контент, схожий на той, з яким вони вже взаємодіяли, таким чином підсилюючи вже наявні інтереси і формуючи однорідне інформаційне середовище. Тож опитування часто поширюються серед однотипних груп;

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

3. алгоритми таргетингу визначають те, яким саме користувачам показувати певний контент, зокрема рекламу або пости з просуванням. Ці алгоритми враховують такі фактори, як вік, інтереси, поведінку тощо;

4. алгоритми фільтрації відсіюють контент, що вважається менш релевантним або цікавим для аудиторії. Тому, на жаль, частина опитувань може взагалі не показуватись певним користувачам, що ще більше обмежує доступ до різних груп і посилює ефект інформаційних бульбашок.

Для глибшого розуміння впливу алгоритмів доцільно окремо розглянути такі явища, як кластери та інформаційні бульбашки. Кластери в контексті соціальних мереж – це групи користувачів, які формуються на основі подібності їхніх інтересів, поведінки та взаємодії з контентом, що є результатом як алгоритмічної селекції, так і самоселекції аудиторії (Everitt et al., 2011). Інформаційна бульбашка – це інформаційне середовище, що формується внаслідок алгоритмічної персоналізації та самоселекції користувачів, у якому домінує однорідний контент, що відповідає їхнім попереднім інтересам і переконанням, обмежуючи різноманітність інформації (Pariser, 2011). Тож для простішого розуміння підсумуємо, що кластери – це групи користувачів, а інформаційна бульбашка – це середовище. Такі явища безпосередньо впливають на формування вибірки в інтернет-дослідженнях, оскільки знижують її репрезентативність і сприяють виникненню зміщень. Варто приділити окрему увагу ехокамерам, що відіграють не менш важливу роль. Ефект ехокамери виникає тоді, коли користувачі отримують переважно таку інформацію, що підтверджує їхні попередні переконання, і майже не стикаються з альтернативними поглядами (Sunstein, 2017). Користувачі соціальних мереж схильні обирати інформацію, що узгоджується з їхніми поглядами, та формувати спільноти навколо спільних наративів (Del Vicario et al., 2016).

Тепер розглянемо питання вибірки. Під вибіркою ми розуміємо сукупність відібраних для аналізу одиниць, у випадку соціологічних опитувань – це респонденти. Успішним можна назвати опитування, вибірка якого є максимально репрезентативною, різноманітною та сформованою за принципом випадкового відбору. Водночас, як було відзначено в дискусії українських соціологів, «репрезентативність вибірки більшості опитувань не відповідає «золотому стандарту» випадкового відбору» (Круглий стіл «Вибіркові соціологічні дослідження в Україні...», 2017, с. 178). Окрім того, формування вибірки в онлайн-дослідженнях ускладнюється не лише алгоритмічними механізмами, а й вищезгаданим самостійним вибором (англ. «self-selection») контенту користувачами (Ross Arguedas et al., 2022). Тобто не тільки алгоритми можуть «приховувати» від користувача контент, що не відповідає його інтересам – користувач може сам ігнорувати певні публікації через незацікавленість певною темою, самостійно формуючи своє інформаційне середовище. Люди з «сильнішою» думкою частіше беруть участь в опитуваннях, тоді як пасивні користувачі можуть, навпаки, ігнорувати опитування, а якщо якась частина користувачів не відповідає, це вже формує перекис. Це означає, що отримані результати не відображають

повної картини, а вибірка перестає бути репрезентативною, що ускладнює перенесення висновків на всю генеральну сукупність. Веб-опитування часто характеризуються ефектом самовибору, що призводить до перекосу вибірки (Callegaro et al., 2015). Таким чином, навіть без урахування алгоритмів соціальних мереж онлайн-дослідження вже мають ризик зміщення вибірки, що посилюється алгоритмічною селекцією контенту.

Важливим аспектом є також спосіб збору даних із соціальних мереж. Дослідники-соціологи часто використовують API (Application Programming Interface), що обмежує доступ до повної сукупності користувачів та контенту. API – це інструмент доступу до даних соціальних мереж, що дозволяє автоматизовано збирати інформацію про користувачів, їхню активність та контент. Водночас збір даних через API соціальних мереж обмежує доступ до повної сукупності користувачів (Katzir et al., 2011), що може призводити до неповноти даних і впливати на репрезентативність вибірки. У результаті отримані дані можуть: 1) бути неповними; 2) не відображати реальну структуру аудиторії, що додатково впливає на репрезентативність вибірки.

Наслідки зміщення вибірки в інтернет-дослідженнях є суттєвими для якості отриманих результатів, що узгоджується з висновками українських дослідників щодо систематичних зміщень онлайн-аудиторій (Круглий стіл «Вибіркові соціологічні дослідження в Україні...», 2017). Передусім це призводить до спотворення даних, оскільки результати відображають лише позиції окремих груп користувачів, а не всієї сукупності. У такому випадку дослідження втрачає достовірність, що унеможливорює коректне узагальнення висновків. Крім того, подібні перекоси можуть формувати хибне уявлення про суспільні настрої, адже домінування однорідних груп у вибірці створює ілюзію однотайності думок. Це особливо небезпечно у дослідженнях, пов'язаних із соціально значущими темами, де важлива різноманітність позицій. Ще одним важливим наслідком є зниження достовірності результатів, що може впливати на подальші дослідження або практичні рішення, прийняті на основі таких даних. У контексті соціальних мереж ця проблема посилюється алгоритмічною селекцією контенту, яка разом з ефектом самовибору користувачів поглиблює нерепрезентативність вибірки.

Додатковим підтвердженням наявності зміщень вибірки в онлайн-дослідженнях є відмінності в аудиторіях різних соціальних платформ. Наприклад, Instagram та TikTok характеризуються значною часткою молодшої аудиторії, тоді як Facebook має відносно старший віковий склад користувачів. У результаті поширення опитувань лише через одну платформу автоматично обмежує вибірку певними соціально-демографічними характеристиками. Таким чином, дослідження, проведене через Instagram, ймовірно, буде відображати думки молодших користувачів, тоді як опитування у Facebook – старших вікових груп. Це свідчить про те, що навіть вибір платформи вже впливає на репрезентативність вибірки.

Як показовий приклад наслідків використання нерепрезентативних даних можна навести проєкт Google Flu Trends. Аналітики намагались

прогнозувати поширення грипу тільки на основі пошукових запитів користувачів. Через зміщення даних та нерівномірне користування інтернетом різними групами населення результати були значно перевищені. Дослідження показало, що система Google Flu Trends переоцінювала рівень захворюваності, що свідчить про наявність зміщення в даних (Lazer et al., 2014).

У зв'язку з обговореним вище постає питання забезпечення охоплення максимально різноманітної аудиторії в умовах алгоритмічної селекції контенту. Дослідження показують, що одним зі способів підвищення різноманітності аудиторії є використання різних каналів поширення контенту, а також залучення користувачів із різними інформаційними вподобаннями. Крім того, дослідження свідчать, що активна взаємодія з альтернативними джерелами інформації може зменшувати вплив алгоритмічних обмежень і сприяти розширенню інформаційного середовища користувачів (Srba et al., 2022). У сукупності ці підходи сприяють зменшенню зміщень вибірки та підвищенню достовірності отриманих результатів.

Отже, алгоритми соціальних мереж відіграють суттєву роль у формуванні вибірки в онлайн-дослідженнях, впливаючи на її репрезентативність через персоналізацію контенту, формування інформаційних бульбашок та кластеризацію користувачів. Як зазначають дослідники, алгоритмічна селекція контенту може призводити до того, що користувачі взаємодіють переважно з односторонніми думками. Це обмежує різноманітність інформації, впливає на якість вибірки і призводить до того, що результати досліджень можуть відображати думки лише окремих груп, а не всієї сукупності. Зазначене знижує достовірність і ускладнює узагальнення.

Водночас проблема зміщення вибірки зумовлена не лише алгоритмічними механізмами, а й ефектом самовибору користувачів. Зокрема, як підкреслюється в науковій літературі, веб-опитування часто характеризуються ефектом самовибору, що призводить до перекосу вибірки (Callegaro et al., 2015). У поєднанні з особливостями різних соціальних платформ та обмеженнями доступу до даних це формує складне середовище, у якому забезпечення якісної вибірки стає суттєвим викликом для дослідників.

Для підвищення якості онлайн-досліджень доцільно використовувати різні канали поширення опитувань, комбінувати методи збору даних і враховувати вплив алгоритмів під час інтерпретації результатів. Таким чином, дослідження впливу алгоритмів на вибірку є важливим напрямом сучасної соціології, що потребує подальшого розвитку та вдосконалення методологічних підходів.

ЛІТЕРАТУРА

- Красновський, О., & Харченко, Н. (2012). Жахливо і прекрасно: Онлайн дослідження в Україні. *Маркетинг в Україні*, (3).
<https://www.kiis.com.ua/materials/articles/OnlineResearches.pdf>
- Круглий стіл «Вибіркові соціологічні дослідження в Україні: історія та сучасні проблеми. До 70-річчя Миколи Чурилова». (2017). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*,

- (3). <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3f468800-8210-45ba-b2cb-6adfb5afcc32/content>
- Callegaro, M., Manfreda, K., & Vehovar, V. (2015). *Web survey methodology*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781529799651>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), Article e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554–559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>
- Everitt, B. S., Landau, S., Leese, M., & Stahl, D. (2011). *Cluster analysis*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9780470977811>
- Katzir, L., Liberty, E., & Somekh, O. (2011). Estimating sizes of social networks via biased sampling. In *The 20th international conference*. ACM Press. <https://doi.org/10.1145/1963405.1963489>
- Lazer, D., Kennedy, R., King, G., & Vespignani, A. (2014). The parable of Google Flu: Traps in big data analysis. *Science*, 343(6176), 1203–1205. <https://doi.org/10.1126/science.1248506>
- Pariser, E. (2011). *Filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Books. https://hci.stanford.edu/courses/cs047n/readings/The_Filter_Bubble.pdf
- Ross Arguedas, A., Robertson, C., Fletcher, R., & Nielsen, R. (2022). *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: A literature review*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review>
- Srba, I., Moro, R., Tomlein, M., Pecher, B., Simko, J., Stefancova, E., Kompan, M., Hrcakova, A., Podrouzek, J., Gavornik, A., & Bielikova, M. (2022). Auditing YouTube's recommendation algorithm for misinformation filter bubbles. *ACM Transactions on Recommender Systems*. <https://doi.org/10.1145/3568392>
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. <https://assets.press.princeton.edu/chapters/s10935.pdf>

СЕКЦІЯ 3: СУСПІЛЬСТВО В УМОВАХ ВІЙНИ

Балаж Андрій¹

Email: balazh26@gmail.com

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707219>

Ціннісні орієнтації молоді під час війни: аналіз соціологічних досліджень

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Актуальність соціологічного дослідження ціннісних орієнтацій молоді під час війни зумовлена необхідністю більш глибокого розуміння того, як саме кризова соціальна ситуація впливає на перебудову ієрархії цінностей. При цьому аналіз соціологічних даних, отриманих у період воєнного конфлікту, та довоєнних показників дозволить виявити як диспозиційні, так і динамічні елементи ціннісної структури молоді, визначити напрямки цих змін. У джерельній базі представлено широкий спектр соціологічних досліджень ціннісних орієнтацій молоді, які були здійснені впродовж останніх п'ятнадцяти років (Д. Бирик, М. Бліхар, Н. Дмитрук, О. Коханова, О. Савчук, С. Святненко, М. Сензерліхт та багато інших). Вони надають широке поле для здійснення якісного аналізу ціннісних орієнтацій молоді під впливом соціальних умов окресленого історичного періоду.

Порівняння результатів соціологічних досліджень, проведених у різні роки повномасштабної війни (Бирик, 2022; Редькіна, 2024; Симоненко & Онищенко, 2025; Центр аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту, 2024) дає змогу простежити зміну ієрархії цінностей молоді. При цьому необхідно зауважити, що відповідний порівняльний аналіз реалізовувався нами не на рівні прямого зіставлення ідентичних показників, а шляхом якісного аналітичного узагальнення. Незважаючи на відмінності в інструментарії, методиках збору даних і переліках конкретних індикаторів, що представлені у перерахованих дослідженнях, було здійснено їх концептуальне зіставлення на основі виокремлення узагальнених груп цінностей (зокрема, безпекових, матеріальних, самореалізаційних, соціально-комунікативних тощо). Такий підхід ґрунтується на припущенні про відносну універсальність базових ціннісних утворень у межах гуманітарного знання, що дає можливість включати результати різних досліджень у єдине аналітичне поле.

В перші місяці повномасштабної війни українська дослідниця Д. Бирик здійснила оцінку ціннісних орієнтацій учнівської молоді. У результаті виявлено концентрацію ціннісних орієнтацій навколо базових потреб. Виживання, безпека та здоров'я – це ті первинні потреби, з якими була першочергово пов'язана спрямованість молодих людей. Вони отримали майже однотайний вибір респондентів (Бирик, 2022). Меншою мірою, але

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

також досить вираженою виявилась орієнтація на самостійність у прийнятті рішень та свободу слова. Разом з цим досить високе місце в загальній ієрархії зайняли цінності освіти та саморозвитку. Досить висока зацікавленість у волонтерській діяльності, напевно, відображала мобілізаційний характер суспільства на початку війни. Загалом ієрархія цінностей в цей період виглядає відносно консолідованою та зорієнтованою на виживання, пристосування і соціальну єдність (Бибик, 2022).

У матеріалах наукової розвідки, здійсненої Г. Редькіною, спостерігається виразна динаміка зміни ціннісних орієнтацій молодих людей. Зокрема, вони стали більш диференційованими. Намітилася також чітка тенденція до врівноваження орієнтацій, в основі яких лежать матеріальні та нематеріальні цінності. У той же час зберігається висока значущість базових потреб – здоров'я, матеріальної стабільності тощо (Редькіна, 2024). Це може бути свідченням складних життєвих обставин, пов'язаних із спричиненими війною випробуваннями, поневіряннями, нестатками, боротьбою за виживання. З іншого боку, посилюється роль індивідуалістичних цінностей та бажання самореалізації. Молодь прагне до особистісного розвитку, свободи, успіху. Важливою особливістю є досить виражена орієнтація на сім'ю, яка стає одним із ключових життєвих пріоритетів. У той же час дослідницею фіксується чітка геополітична та культурна переорієнтація молоді на Захід, що відображає вплив війни як фактора культурної самоідентифікації. Варто відзначити, що значна відсоткова частка молоді налаштована на еміграцію. Таке бажання може бути наслідком обмежених під час воєнного стану прав (Редькіна, 2024).

Найбільш неоднозначну картину перебудови ієрархії ціннісних орієнтацій можна побачити у результатах емпіричного дослідження С. Симоненко та О. Онищенко. Основний фокус уваги дослідниці переносять з фіксації того чи іншого ціннісного вибору на аналіз їхньої внутрішньої структури. Було виявлено цікаву закономірність. Вона полягає у тому, що в умовах тривалої війни система ціннісних орієнтацій молоді будується за чітким ієрархічним принципом. В цій ієрархії провідну роль відіграють особистісно-екзистенційні цінності (фізичні, духовні, інтелектуальні, сімейні). Важливими залишаються також ті, що пов'язані із соціальним та професійним становленням. Принципово новим є виокремлення екзистенційного виміру цінностей, пов'язаного з пошуком сенсу життя. Він також стає значущим елементом у загальній структурі цінностей. Це може свідчити про більшу інтенсивність переоцінки глибинних основ свого існування, усвідомлення життєвих перспектив в умовах тривалої кризи (Симоненко & Онищенко, 2025).

Емпіричні дані, отримані працівниками Центру аналізу та соціологічних досліджень після проведеного дистанційного анкетування, дозволили констатувати високий рівень віри молоді у перемогу України. Хоча цей показник виявився нижчим за минулорічний, такий результат є свідченням ціннісної консолідації сучасної української молоді, попри травматичний досвід війни (Центр аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту, 2024).

Отже, можна констатувати, що впродовж масштабної війни ціннісні орієнтації молодих людей, які мешкають в Україні, пройшли шлях від переважання базових потреб до формування більш складної ієрархічної системи. Вона включає орієнтації на виживання, самореалізацію, соціальну відповідальність, пошук сенсу життя. Однак ця тенденція не є універсальною, оскільки розвиток системи ціннісних орієнтацій може супроводжуватись як конструктивними, так і деструктивними процесами.

Здійснюючи порівняння ціннісних орієнтацій молоді, виявлених у мирний час та в умовах повномасштабної війни, можна констатувати глибоку трансформацію самої логіки формування системи ціннісних орієнтацій. Задовго до війни ціннісна сфера молоді характеризувалася відносною стабільністю та орієнтацією переважно на індивідуальні інтереси. Після вторгнення їй стає притаманною більш виражена розгалуженість, а також більш напружений та орієнтований на життя соціуму характер.

За даними М. Бліхар в довоєнний період у молодіжному середовищі переважали особистісно-сімейні цінності. Найбільш вираженими були орієнтації на сім'ю, любов, дружбу, власне здоров'я та матеріальне благополуччя. При цьому спостерігалася заміна колективістської спрямованості на індивідуальну. Значущість суспільних інтересів, спілкування та соціальної активності помітно знизилась. Молодь більше зосереджувалася на власному житті, особистому успіху та самореалізації. Така орієнтація супроводжувалася певною амбівалентністю: з одного боку, зберігалися традиційні моральні цінності, а з іншого – фіксувалося зростання толерантності до девіантної поведінки. Тобто мала місце певна розмитість моральних норм. Ціннісну систему цього періоду можна охарактеризувати як індивідуалізовану та фрагментовану. На ній досить сильно позначався вплив масової культури та споживацьких установок (Бліхар, 2011).

На цьому тлі дослідження воєнного періоду сигналізують про суттєві зрушення. У 2022 році спостерігається різке підвищення значущості базових екзистенційних цінностей, передусім здоров'я та безпеки, які фактично стають безумовним пріоритетом. Це відрізняє воєнний період від 2011 року, коли здоров'я також було важливим, але не мало такої абсолютної переваги. У той же час зберігається і навіть посилюється орієнтація на самостійність. Однак її зміст змінюється: якщо раніше вона була пов'язана з індивідуальним успіхом, то в умовах війни вона пов'язана зі здатністю діяти в кризових ситуаціях.

Особливо помітною є зміна у співвідношенні індивідуалістичних і соціальних цінностей. Якщо задовго до війни соціальні орієнтації відходили на другий план, то зараз фіксується зростання значущості участі у суспільному житті та волонтерській діяльності. Отримані впродовж останніх декількох років дані дозволяють говорити про те, що молодь, поєднуючи особистісні прагнення із соціальною відповідальністю, починає демонструвати високий рівень гуртування навколо національних і громадянських інтересів. Таким чином, відбувається часткове повернення до колективістських установок. Однак в його основі лежать вже зовсім інші детермінанти. Цінності

колективізму формуються за рахунок усвідомленого вибору, а не під впливом соціальних нормативів.

Важливою є і динаміка тих ціннісних орієнтацій, що відображають духовно-смысловий розвиток молодих людей. У 2011 році, незважаючи на переважання у суспільстві традиційних цінностей, спостерігалася певна поверховість у ставленні до культури, освіти та духовного розвитку в цілому. У воєнний період ці компоненти набувають нового змісту. Цінності сенсу життя, внутрішньої цілісності, духовного та інтелектуального розвитку стають важливими елементами адаптації до кризових умов.

Разом з тим окремі тенденції розвитку ціннісних орієнтацій збереглися. Як у 2011 році, так і в період війни важливими залишаються сімейні цінності, дружба та особисті стосунки. Однак можна припустити, що їхня функція дещо змінилась. У мирний час вони виступали переважно як сфера особистого комфорту. В умовах же війни стали джерелом психологічної підтримки та стійкості. Нікуди не поділася і орієнтація на матеріальне благополуччя. З тією лише відмінністю, що зараз вона набуває більш прагматичного характеру, зумовленого потребою у стабільності та прагненні зберегти своє життя і здоров'я.

Здійснений аналіз дозволяє стверджувати, що в умовах війни ціннісні орієнтації молоді зазнають суттєвої перебудови. Вона має як змістовний, так і структурний характер. На початку воєнного конфлікту переважали базові, пов'язані із задоволенням біологічних потреб та потреб у безпеці (здоров'я, безпека, збереження життя). Це досить закономірний результат. Він відображає природну реакцію на незадовільні умови існування. Однак уже на цьому етапі фіксується посилення орієнтації на самостійність, відповідальність та свободу слова. Тобто навіть у надскладних умовах молодь зберігає свою суб'єктність.

Простежується ускладнення структури ціннісних орієнтацій під впливом тривалого впливу екстремальних подій. Якщо на початковому етапі війни переважають базові, життєво необхідні пріоритети, то з часом спостерігається поступова актуалізація більш складних соціально-світоглядних ціннісних орієнтирів. Поряд із базовими потребами знову зростає значущість самореалізації, освіти, професійного розвитку та сімейних відносин. Молоді вдається поєднувати індивідуальні прагнення із соціальною спрямованістю. Це, зокрема, проявляється у бажанні займатись волонтерством, особливо яскравий сплеск якого було зафіксовано на початку війни. Важливою тенденцією є посилення екзистенційного виміру цінностей, зокрема пошуку сенсу життя. Подібне явище можна розцінювати як механізм адаптації до тривалого стресу. Воно може бути також пов'язане з віковими особливостями респондентів.

Однак виявлені дослідниками зміни не є однозначними. Частина молоді демонструє високий рівень інтеграції цінностей і здатність до активного смислотворення. Інші ж характеризуються звуженням життєвих орієнтирів виключно до стратегій виживання. Тобто війна виступає потужним чинником переосмислення цінностей, який може як сприяти їх розвитку, так і

призводити до деформації. У цілому можна відзначити необхідність подальшого вивчення ціннісних орієнтацій молоді з урахуванням тривалості впливу воєнного конфлікту та зумовлених ним соціальних зрушень.

ЛІТЕРАТУРА

- Бибик, Д. (2022). Ціннісні орієнтації учнівської молоді України в умовах воєнного стану. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*, 26(1), 43–54. <https://doi.org/10.32405/2308-3778-2022-26-1-43-54>
- Бліхар, М. П. (2011). Ціннісні орієнтації студентської молоді України: соціологічний аналіз проблеми. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, (5), 116–125.
- Редькіна, Г. М. (2024). Основні специфічні риси та тенденції формування цінностей молоді України в умовах державної незалежності. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, (50), 143–147. <https://doi.org/10.32782/apfs.v050.2024.24>
- Симоненко, С., & Онищенко, О. (2025). Трансформація ціннісних орієнтацій молоді під впливом екзистенційної кризи війни в Україні. *Наука і освіта*, (3), 39–46. <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2025-3-5>
- Центр аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту. (2024). *Результати опитування української молоді, проведеного в межах програми USAID «Мріємо та діємо»*. Мріємо та діємо. <https://mriemotadiemorazom.org/ukrainian-youth-today>

Іваник Юлія¹*Email: juliaivanik.un14@gmail.com**http://doi.org/10.5281/zenodo.20707236*

Формування культури донатів в українському суспільстві в умовах війни

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Повномасштабне вторгнення російських військ в Україну безсумнівно стало каталізатором процесу трансформації українського суспільства і визначило вектори його розвитку на найближчі десятиліття. В умовах війни суттєво активізувалися процеси самоорганізації громадян, зросла роль громадянського суспільства та різних форм громадянської участі, зокрема пов'язаних із благодійною діяльністю. Одним із найпомітніших явищ стало поширення культури донатів як способу підтримки потребуючих груп населення. Донати почали перетворюватися із поодиноких актів благодійності на елемент повсякденної культури. Тепер вони виконують не лише економічну функцію, а й виступають формою соціальної солідарності та вираження громадянської позиції. Водночас культура донатів в українському суспільстві в умовах війни залишається недостатньо дослідженою у соціологічному вимірі, що зумовлює актуальність цієї теми.

Об'єктом дослідження є культура донатів як форма громадянської участі в українському суспільстві в умовах війни.

Предметом дослідження визначено соціальні механізми, мотивації та ціннісні орієнтації, що лежать в основі формування культури донатів, зокрема роль соціальної солідарності у цьому процесі.

Метою дослідження є виявлення особливостей формування культури донатів в українському суспільстві в умовах війни крізь призму соціальної солідарності, а також обґрунтування ролі соціокультурних і мотиваційних чинників у поширенні донатних практик. Для досягнення мети мною передбачене виконання таких завдань: 1) здійснити теоретичний аналіз підходів до розуміння соціальної солідарності (зокрема концепції Еміля Дюркгейма) та розкрити її значення у контексті кризових суспільних процесів; 2) визначити основні механізми формування культури донатів та проаналізувати її соціальні наслідки для розвитку громадянського суспільства; 3) дослідити мотиваційні чинники донатної поведінки та охарактеризувати особливості практик донатів в українському суспільстві в умовах війни.

Говорячи про теоретичне осмислення феномену соціальної солідарності, неможливо оминати концепцію Еміля Дюркгейма (Durkheim, 1997), викладену ним у роботі «Про поділ суспільної праці» (1893 р.). Автор описав процес розвитку суспільства як перехід від механічної до органічної солідарності. Перша є характерною для традиційних спільнот із певною однорідністю та колективною свідомістю. На противагу їй, органічна

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

солідарність формується у складних суспільствах на основі поділу праці та взаємозалежності індивідів. Тут вже кожен виконує свою роль, яка перебуває у взаємозв'язку з іншими та забезпечує функціонування соціального організму. У контексті сучасних кризових процесів ця взаємозалежність набуває особливого значення, оскільки солідарність виступає ключовим механізмом соціальної інтеграції та підтримання суспільної стійкості. Тут визначаємо виникнення та функціонування культури донатів як прояв органічної солідарності, коли індивідуальні дії мають колективне значення через включеність у спільні практики допомоги, що відображає високий рівень довіри та усвідомленої взаємної відповідальності в українському суспільстві. Сьогодні солідарність виступає одним із ключових механізмів формування культури донатів, а самі донати, у свою чергу, поступово перетворюються на соціальну норму, що підтримується колективними уявленнями про взаємодопомогу та спільну боротьбу.

Формування культури донатів в українському суспільстві зумовлене низкою соціальних механізмів, серед яких ключову роль відіграють громадянська причетність та рівень довіри. Першим важливим механізмом є прагнення людини відчувати свою причетність до суспільно значущих процесів. Тепер донати стали формою включення громадян у спільну справу — наближення перемоги. Відчуття власної ролі у важливих процесах та контролю над ситуацією разом із суспільним визнанням таких дій стимулюють людей частіше доєднуватися до донатних практик та сприяють функціонуванню культури донатів. Другим важливим механізмом є рівень довіри населення до певних інституцій, зокрема до організаторів зборів. Високий рівень довіри буде стимулювати людей до активного донатингу, у той час як недовіра буде значно впливати на загальні показники та гальмувати розвиток культури донатів. Людям важливо віддавати свої гроші та речі у перевірені місця і бачити, що такими діями вони роблять внесок у суспільно важливу справу. Організатори зборів намагаються підтримувати рівень довіри через постійну звітність та демонстрацію результатів роботи. Таким чином, довіра виступає базовою умовою стабільності та відтворення культури донатів у довгостроковій перспективі.

Далі я виокремила кілька ключових тенденцій, характерних для розвитку процесу донатингу саме в сучасному українському суспільстві. Першою тенденцією є масовість характеру донатингу, адже за час війни він перетворився з поодиноких практик на звичну багатом формою участі у суспільному житті. Наступною важливою рисою є відчуття солідарності та відповідальності через спільні дії та матеріальну підтримку. Причетність до спільної мети формує тісні емоційні зв'язки між людьми та виконує соціоінтеграційну функцію. Донатинг об'єднує різні соціальні групи, сприяє зміцненню довіри та формуванню громадянської ідентичності. Окремо варто відзначити різноманіття типів та проявів донатингу, адже все не обмежується лише грошовими внесками. Культура донатів активно поширюється через різнопланові типи практик: волонтерство, матеріальна допомога, інформаційна підтримка. Це робить культуру донатів інклюзивною,

дозволяючи долучатися людям із різними ресурсами та можливостями. Зараз важливу роль також відіграють цифрові технології. Велика частина зборів поширюється через соціальні мережі, а онлайн-банкінги забезпечують швидку мобілізацію ресурсів. Водночас розвиток культури донатів дещо стримують різноманітні бар'єри. Серед них у сучасному українському суспільстві можемо виділити емоційну втому та економічні труднощі через нестабільність загальної ситуації. Згадуючи про основні чинники, які впливають на мотивацію людей донатити, можемо виділити ексклюзивність зборів, розуміння процесів через звітність та різноплановість цих практик. Останнє допомагає залучити до донатингу більшу кількість людей. Зараз цей напрямок активно розвивається через надання людьми певних послуг за донат. Важливою залишається також емоційна складова, адже, наприклад, зміна ситуації на фронті чи масштабні обстріли мотивують людей більше донатити для швидкого наближення перемоги.

У результаті дослідження встановлено, що культура донатів в українському суспільстві в умовах війни формується як важливий прояв соціальної солідарності та громадянської участі. Теоретичний аналіз показав, що в кризових умовах солідарність реалізується через конкретні дії та стає важливою частиною формування культури донатів. Донати, у свою чергу, виступають не лише формою допомоги, а й способом інтеграції індивіда у спільноту та засобом подолання відчуття безсилля. Визначено, що ключовими механізмами формування культури донатів є відчуття громадянської причетності та проактивності, довіра до інституцій і волонтерських ініціатив, а також вплив емоційних і ресурсних чинників. У підсумку варто зазначити, що культура донатів постає як важливий елемент розвитку громадянського суспільства і підкреслює здатність українського суспільства до несення спільної відповідальності у кризових ситуаціях.

ЛІТЕРАТУРА

- Горло, Н. (2024). Культура донатів як складова частина політичної культури українського суспільства у період повномасштабної російсько-української війни. *Літопис Волині*, (30). <https://litopys.volyn.ua/index.php/litopys/article/view/527/458>
- Городецька, Ю., & Гаврон, О. (2026, 17 лютого). Аналіз довіри громадян України до суспільних інституцій (2015–2025): кому українці довіряють найбільше і найменше? *Вокс Україна*. <https://voxukraine.org/analiz-doviry-gromadyan-ukrayiny-do-suspilnyh-instytutstij-2015-2025-komu-ukrayintsi-doviryayut-najbilshe-i-najmenshe>
- Лесик, В. (2024, 19 грудня). Середній місячний донат українця складає 840 грн — дослідження. *Громадське радіо*. <https://hromadske.radio/news/2024/12/19/seredniy-misiachnyy-donat-ukrayintsia-skladaie-840-hrn-doslidzhennia>
- Смагіна, А. (2025, 29 грудня). Як донатили українці у 2025 році? *Рубрика*. <https://rubryka.com/article/yak-donatyat-ukrayintsi/>
- Торба, Б. (2024, 11 листопада). Гривня до гривні: як мотивувати донатити. *Ukrainianer*. <https://www.ukrainianer.net/iak-motyvuvaty-donatyty/>
- Durkheim, E. (1997). *The division of labour in society* (W. D. Halls, Trans.; L. A. Coser, Intro.). Free Press. (Оригінальну працю опубліковано 1893).

Коробіцина Ніка¹*Email: nika.korobitsyna@knu.ua*<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707278>

Цифровий простір як середовище формування культури пам'яті в умовах російсько-української війни

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Питання культури пам'яті підіймається і є важливим в країнах, що пережили травматичний історичний досвід. Україна ж перебуває у процесі осмислення власного минулого, а також тих подій, що відбуваються у сьогоденні та які ще не набули історичної дистанції. Війна в Україні задає контекст сучасним практикам формування культури пам'яті в суспільстві. Водночас цифровізація постає сьогодні невід'ємним інструментом у фіксуванні, збереженні й поширенні колективної пам'яті. Значна частина практик збереження пам'яті про ці події є стихійними, що зумовлює актуальність цієї теми. Оскільки мережа Інтернет є великим простором для збереження інформації, вона стає одним із майданчиків, де реалізуються нові можливості збереження колективної пам'яті. Метою роботи є визначення основних засобів формування культури пам'яті у цифровому просторі українського суспільства.

Основою культури пам'яті є колективна пам'ять, концепцію якої обґрунтував М. Хальбвакс. За його доробком, колективною пам'яттю вважається не особиста пам'ять людини про подію, а пам'ять певної групи людей про подію, що може передаватися іншим групам (Russell, 2006). Для того аби мати колективну пам'ять стосовно чогось, людина не обов'язково має входити до числа тих, хто особисто пережив цей досвід. Колективна пам'ять формується тягло у просторі та часі, а також початково належить певній групі людей, що пов'язана з подією пам'ятання. Це зумовлює її безперервний та множинний характер (Russell, 2006). Таким чином, колективна пам'ять може формуватися певною групою людей та передаватися іншим. За цю передачу відповідають соціальні практики — за Е. Гідденсом впорядкована повторювана діяльність людини, що постійно відтворюється за допомогою різноманітних засобів (Giddens, 1984, pp. 34–35). Ці практики й формують культуру пам'яті. За визначенням Р. Дж. Бернстайна, культурою пам'яті є активний та динамічний процес відбору подій минулого, надання сенсу цим подіям, який є вкоріненим у структурі суспільства і впливає на подальший шлях його розвитку (Bernstein, 2004). Таким чином, ми можемо сказати, що культура пам'яті є динамічним процесом закарбовування колективної пам'яті в межах суспільства про події, які були важливими для цього суспільства в певний період часу.

Одним із центральних понять, що дозволяє зрозуміти, де саме зберігається колективна пам'ять поза індивідуальною свідомістю людей, є концепція «місць пам'яті». Вона була розроблена французьким істориком

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

П'єром Норою, який визначає їх як «втрачене минуле, що жило у свідомості соціальної групи, але може зникнути й перетворитися в історію, яка не буде підтримуватися колективною пам'яттю» (Іщенко, 2020). «Місця пам'яті» не є суто фізичними об'єктами, попри першу асоціацію зі словом «місце». Автор виділяє три виміри, в яких вони існують: матеріальний, символічний та функціональний — які між собою тісно пов'язані (Носова, 2020). Таким чином, місцями пам'яті ми можемо вважати як меморіали й пам'ятники, так і самі комеморації, слова чи традиції. Але всі вони мають бути наділені сенсом, без цього вони виконуватимуть тільки матеріальну чи функціональну роль, не передаючи пам'ять іншим (Іщенко, 2020). Отже, для того аби «місця пам'яті» справді існували, вони мають жити у практиках людей, що «бажають пам'ятати». В Україні ми можемо спостерігати достатньо інтенсивну трансформацію культури пам'яті, яка пов'язана із темпом історичних змін. Як зазначав П. Нора, в суспільстві може відбуватися прискорення історії, коли події минулого значно віддаляються від сучасного суспільства, а єдність часу руйнується (Іщенко, 2020). Схожий процес ми можемо відзначити й в сучасному українському суспільстві, але він має свої особливості. Зокрема, в умовах війни за достатньо короткий проміжок часу відбувається велика кількість подій, які треба пам'ятати. Більшає і кількість тих, чиї історії мають бути збережені. Одночасно з цим суспільство не встигає усвідомити власні втрати та травми, а події віддаляються з високою швидкістю. При цьому згадане П. Норою «бажання пам'ятати» не зникає. Таким чином, суспільство намагається створити якомога більше засобів, що дозволять пам'ятати та не дистанціювати нещодавні події далеко в минуле.

З початком війни органи влади та громадськість сфокусувалися на створенні меморіалів, які б нагадували суспільству про тих, хто захищав Україну під час антитерористичної операції на сході. Ці меморіали постійно оновлювалися та доповнювалися в різних містах України. Одним із прикладів такого меморіалу є «Стіна пам'яті полеглих за Україну» в Києві, що є фізичною стіною зі знімками загиблих. Як зазначають дослідники культури пам'яті: «у квітні 2017 р. кількість світлин сягнула 3 тис. У 2018 р. біля цього меморіалу встановили електронний термінал з базою даних про загиблих осіб...» (Ільницький & Царик, 2024). Це є одним із перших прикладів того, як процеси цифровізації стали інструментом для збереження пам'яті.

З початком повномасштабного вторгнення ми можемо спостерігати все більше таких трансформацій у засобах пам'ятання. Першим прикладом є такі платформи, як «Завдяки» та «Меморіал». Платформа «Завдяки» дозволяє родичам загиблих військових зберегти історії про них, розповісти, ким були герої за життя, чим цікавилися і що робили до того, як долучилися до війська (Завдяки, б. д.). Платформа пам'яті «Меморіал» збирає інформацію про нові імена, які варто пам'ятати, та зосереджується на розповіді персональних історій загиблих (Меморіал, б. д.). До їх числа також входять цивільні особи та діти. Ця платформа зберігає інформацію не тільки у текстовому форматі, а ще у форматі відео/ фільмів, що дозволяє відвідувачам меморіалу ближче емоційно ознайомитися з історіями. Також команда, що працює над цією

платформою, розміщує історії загиблих на екранах торгових центрів та влаштовує події, присвячені загиблим. Частиною роботи платформи є й інформування відвідувачів стосовно практик пам'ятання через серію розмов про культуру пам'яті, поширення інформації про важливість хвилини мовчання та ініціативи пам'яті, що існують по всій Україні на честь загиблих. Іншим прикладом є інструмент, що пов'язує фізичний, традиційний спосіб вшанування пам'яті із цифровим. Це є цифровий архів «Zhady», що зберігає інформацію про родичів, яких вже немає (Zhady, б. д.). Першочергово він містить QR-коди, розташовані на місцях поховання людей або у цифровому форматі, що дозволяє ділитися ним в Інтернет-просторі. Збереження інформації про людину: особисті історії, фото, відео тощо — можуть бути як публічними, так і приватними. Це дає можливість людям зберігати пам'ять про сім'ю і передавати її нащадкам.

Таким чином, наведені приклади демонструють те, яким чином сучасне українське суспільство підходить до формування культури пам'яті. Традиційні практики, зокрема меморіали, переходять у цифровий простір або набувають гібридної форми, що поєднує фізичний та Інтернет-простори. Це формує ширший спектр і різноманітність засобів збереження колективної пам'яті, уможливорюючи фіксацію історій людей та подій безпосередньо під час їх переживання, коли вони ще не забуті. Такі засоби пам'ятання сприяють вищому рівню поширення комеморативних практик, які не обмежуються тільки фізичним простором. У цьому контексті можна розглядати цифрові платформи та засоби як нові форми місць пам'яті, що поєднують матеріальну, символічну та функціональну ролі, про які писав П. Нора. Цифрові платформи постають як новий тип «місць пам'яті», що є динамічними, персоналізованими та інтерактивними. Вони не лише забезпечують збереження інформації для наступних поколінь, але й підтримують сучасну колективну пам'ять, засновану на суспільному бажанні пам'ятати.

Попри позитивний зв'язок виникнення цифрових засобів передачі колективної пам'яті та самої пам'яті, існує низка потенційних негативних наслідків, що потребують подальшого аналізу. Зокрема, одним із таких наслідків може бути фрагментація колективної пам'яті. Надання індивідуалізованого та персоналізованого характеру історіям у процесі їх закарбовування у цифровому просторі може призводити до того, що вони стають віддаленими одна від одної й не формують цілісного спільного наративу, а існують як множина окремих індивідуальних пам'ятей. З цим пов'язаний і інший ризик — вплив алгоритмічних механізмів цифрових платформ. По-перше, такі алгоритми можуть надавати перевагу нещодавно доданим історіям, віддаляючи таким чином історії інших на задній план. По-друге, такі алгоритми здатні підсилювати видимість тих історій, що набули більшого поширення, тоді як менш поширені історії залишатимуться не такими помітними. Отже, поряд із новими можливостями цифрове середовище створює і нові виклики для формування цілісної колективної пам'яті. Те, як саме цифрові платформи впливають на структуру і зміст колективної пам'яті, потребує подальших досліджень та аналізу.

ЛІТЕРАТУРА

- Завдяки: Онлайн-меморіал про життя загиблих героїв. (б. д.). Звернено 13 квітня 2026, з <https://zavdyaky.com/>
- Ільницький, В., & Царик, Р. (2024). Матеріально-культурні аспекти увічнення пам'яті українських захисників і захисниць під час російсько-української війни (2014–2024). *Вісник Черкаського університету. Серія: Історичні науки*, 2, 105–116. <https://doi.org/10.31651/2076-5908-2024-2-105-116>
- Іщенко, Є. (2020). Концепція «місць пам'яті» П'єра Нора в контексті досліджень про колективну пам'ять. *Питання культурології*, (36), 49–59. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221044>
- Меморіал: Платформа пам'яті. (б. д.). Звернено 13 квітня 2026, з <https://www.memorial.ua/>
- Носова, Г. (2020). Пам'ять проти історії за П. Нора. Чому і як? *Multiversum. Philosophical Almanac*, 2(2), 3–14. <https://philarchive.org/rec/NOS-10>
- Bernstein, R. J. (2004). The culture of memory [Review of the book *The ethics of memory*, by A. Margalit]. *History and Theory*, 43(4), 165–178.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Polity Press.
- Russell, N. (2006). Collective memory before and after Halbwachs. *The French Review*, 79(4), 792–804.
- Zhady: Цифровий меморіал загиблих захисників України. (б. д.). Звернено 13 квітня 2026, з <https://zhady.com.ua/>

Мельник Марія¹*Email: mariia.melnyk@knu.ua**http://doi.org/10.5281/zenodo.20707304*

Російські негативні інформаційні компанії у медіапросторі глобального півдня у контексті російсько-української війни

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

З початку повномасштабного вторгнення росія активно впроваджує пропагандистські наративи в інформаційне поле країн-союзниць України та медіапростір інших держав світу. Методи такої діяльності залежать від соціально-політичного бекграунду регіонів і мети, яку країна-агресор намагається досягти, як намагання поширити переконання про «подвійні стандарти Заходу» або спроби отримати симпатію та підтримку в зовнішній політиці, уникаючи згадок про імперське та колоніальне минуле держави й розповсюджуючи дезінформацію про російсько-українську війну. Зокрема, це стосується країн Глобального Півдня, а саме Латинської Америки, Карибського басейну, Східної Азії, Тихоокеанського регіону, Центральної Азії, Південної Азії, Близького Сходу, Північної Африки та Африки на південь від Сахари, що є актуальним для дослідження, у зв'язку зі зміною тенденцій до формування міжнародних зв'язків та посилення ролі регіонів на світовій арені. Метою дослідження є аналіз впливу російської пропаганди, дезінформації та маніпулятивних висловлень на інформаційне середовище країн Глобального Півдня як нових акторів на міжнародній політичній сцені та вивчення методів кремля, спрямованих на розповсюдження шкідливої інформації.

Вперше термін «Глобальний Південь» був використаний американським активістом Карлом Оглсбі у журналі «Commonweal», де він «...умовно поділив світ на «північ» та «південь»» (Юрчак, 2024). «Ліві ідеї Оглсбі, різні соціальні рухи у США..., концепція «третього світу» (яка виникла під час холодної війни і має схожість із поняттям Глобального Півдня), а також прагнення країн «третього світу» до єдності – усе це стало джерелом формування нового поняття, яке, строго кажучи, не є суто географічним» (Li, 2023). У наш час цей термін та перелік держав, які до нього належать, проблематично чітко окреслити. Поняття одночасно стосується і «країн, що розвиваються», до прикладу, Аргентина, Казахстан, Алжир та інші, незважаючи на те, що до переліку також входить Китай, який активно відстоює цей статус, і членів Руху неприєднання, тобто «...країни, які не приєдналися до якогось з таборів: радянського чи західного» (Гарань, 2024), і країн Group of 77, яких наразі налічується 130 у складі альянсу, зокрема Індія, Бразилія, Іран, Саудівська Аравія тощо, регулярно отримуючи підтримку Китаю, що формує одну з найпотужніших коаліцій країн Глобального Півдня

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

у міжнародних переговорах (Li, 2023). Згідно з класифікацією Світового банку (Kowalski, 2021) до переліку країн Глобального Півдня входять 144 незалежні держави.

Також варто дати визначення поняттю «пропаганда». «Майкл Спруль характеризує пропаганду як роботу великих організацій або груп, спрямованих на одурманення громадськості для досягнення особливих інтересів шляхом нав'язування привабливих висновків, оформлених таким чином, щоб приховати переслідувану мету і брак вагомих підстав» (Драбюк, 2022). Російська пропаганда та дезінформація суттєво поширюються зокрема на теренах Латинської Америки та Африки, впливаючи на думки місцевого населення, що виражається в утриманні висловлення позиції країн регіонів під час різних голосувань на резолюціях ООН. Зокрема, за словами Кайла Волтера, керівника досліджень компанії Logically, головною метою якої є вивчення та відслідковування дезінформації у медіапросторі, лише дві-три країни відкрито засуджують російське вторгнення. Так, на думку Волтера, можна відстежити причинно-наслідкові зв'язки між агресивною російською пропагандою та зниженням рівня підтримки нашої держави від країн Глобального Півдня (Bond, 2023).

Найефективніша та перевірена часом тактика у російському арсеналі інформаційних маніпуляцій – розповсюдження шкідливої інформації (malinformation), яскраво підкреслюючи усі недоліки, політичні прорахунки та прогалини країн Європи, світових організацій та інших об'єднань Заходу. Кремль безперервно адаптує свої наративи під конкретну аудиторію, наприклад, звертаючись до антиколоніальних настроїв через місцеві інформаційні ресурси та соціальні мережі (Karalis, 2024). «...Лише іспаномовні версії телеканалу Russia Today та радіо Sputnik мають аудиторію понад 30 мільйонів постійних глядачів і слухачів» (Хилько & Хилько, 2024, с. 9). До 80% людей, які говорять іспанською, живуть у Глобальному Півдні. Це демонструє вплив російської пропаганди, яка безперешкодно існує в інфопросторі Глобального Півдня, в той час як інформаційна активність України та її партнерів охоплює значно меншу частку населення регіону. Як зазначають дослідники, апелюючи до джерел, які не написані англійською мовою, країна-агресор «...діє у широкому спектрі – як для того, щоб змінити ставлення до вторгнення, так і щоб позиціонувати себе як кращого стратегічного партнера в майбутньому» (Bond, 2023). У 2021 році було розгорнуто пропагандистську кампанію «Russosphere» в Африці, особливо у країнах, що раніше були колоніями Франції, з метою дискредитації України, розпалення ворожнечі між місцевим населенням і Францією та просування негативних настроїв. Хоч і створена за рік до повномасштабного вторгнення, кампанія, яка складається із низки груп у різних соціальних мережах, була запущена за кілька днів до російського наступу (Атанесян, 2024).

Не лише у медіапросторі росія намагається дискредитувати Україну, отримати підтримку своїм діям на території нашої держави та посилити імідж лідера. В академічному просторі російські науковці «цинічно намагаються подати незаконні дії росії в Україні як антиколоніальну відповідь на західну

гегемонію» (Хилько & Хилько, 2024, с. 9). Аби навести приклад, візьмемо книжку В'ячеслава Морозова, колишнього російського професора Тартуського університету, «Russia's Postcolonial Identity: A Subaltern Empire in a Eurocentric World», де агресивна діяльність росії на території України трактується ним як «оборонна реакція». «Спроби протидіяти російським постколоніальним наративам в академічному середовищі... поки що залишаються поодинокими голосами» (Хилько & Хилько, 2024, с. 9).

Інформаційні кампанії російської влади на міжнародній політичній арені набирають нових обертів у зв'язку з атакою Ізраїлю та США на Іран. «Виступаючи перед членами Ради Безпеки, Небензя [постійний представник російської федерації при Організації Об'єднаних Націй] не шкодував епітетів, називаючи дії США та Ізраїлю «агресивними» та «безрозсудними». Постпред рф, який зазвичай виправдовує ракетні удари по українських містах, цього разу зажадав негайного припинення вогню на Близькому Сході» (Гапончук, 2026). «Дипломатичний сюрреалізм» – так охрестили позицію влади рф у медіа, через сумнівне висловлення кремля на екстреному засіданні Ради Безпеки ООН та їхнє парадоксальне бажання бути гарантом домовленостей і посередником у мирі (Гапончук, 2026; Денисенко, 2026). Така демагогічна позиція базується на військових цілях, адже Іран є важливим партнером росії у війні з Україною, а втрата контролю викликає «прагматичний страх». Гостра реакція рф викликана можливістю втратити дешеву зброю та знищенням «антизахідного блоку» через втрату Ірану (Гапончук, 2026).

Причина значного впливу російської пропаганди полягає не лише у вмінні, яке практикувалося ще з часів існування радянського союзу, всеохопно поширювати дезінформацію та маніпулювати фактами й апеляцією до вигідних для росії джерел. Вагому роль відіграє політично-історичний аспект Глобального Півдня, особливо африканських країн. Постколоніальні держави піддаються діям російських маніпуляцій, адже росія з часів СРСР позиціонує себе як антиколоніальна держава. «Західні уряди, які нині підтримують опір України російському імперіалізму, раніше були колоніальними державами, що панували над народами Глобального Півдня, тоді як СРСР часто підтримував антиколоніальні рухи» (Хилько & Хилько, 2024, с. 8). Через призму свого минулого, зокрема ХХ століття, Глобальний Південь сприймає політичну ситуацію в Україні абсолютно в іншому контексті, у результаті, «...незважаючи на загалом негативне ставлення до російської агресії проти України, країни Глобального Півдня здебільшого утримуються від активної позиції щодо засудження дій Росії» (Хилько & Хилько, 2024, с. 8).

Активне інтегрування пропагандистських настроїв країни-агресора у медіапростір Глобального Півдня призводить до стриманого або нейтрального ставлення держав щодо осуду російської агресії. Методи, які використовує кремль, зокрема звернення до антиколоніальних позицій, підкреслення недоліків країн Заходу та дискредитація України, адаптуються до соціокультурних особливостей регіону, маніпулюючи спільним минулим як країн Глобального Півдня, так і західних держав. Формування ефективної

інформаційної політики України та її партнерів у цих регіонах є критично важливим для протидії російським маніпуляціям і зміцнення міжнародної підтримки, тому необхідно будувати комунікаційні стратегії, націлені на країни Глобального Півдня, та зміцнювати співпрацю й взаємодію між державами.

ЛІТЕРАТУРА

- Атанесян, Г. (2024, 3 січня). Як Росія намагається впливати на інформаційний простір інших країн. *BBC News Україна*. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64482061>
- Гапончук, О. (2026, 28 лютого). Небензя в Нью-Йорку раптом став «головним миротворцем»: що Росія вимагає в ООН. *РБК Україна*. <https://www.rbc.ua/rus/news/nebenzya-nyu-yorku-raptom-stav-golovnim-mirotvortsem-1772322450.html>
- Гарань, О. (2024, 12 січня). Як зрозуміти Глобальний Південь та навіщо він Україні — розповідає професор Олексій Гарань. Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. <https://dif.org.ua/article/yak-zrozumiti-globalniy-pivden-ta-navishcho-vin-ukraini-rozpovidaie-profesor-oleksiy-garan>
- Денисенко, В. (2026, 28 лютого). Війна в Ірані: які варіанти є для нас найгіршими і найкращими. *Главком*. <https://bit.ly/4xllYl1>
- Драбюк, С. С. (2022). Пропаганда та її види: шляхи протидії пропаганді. Розділ VII. Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право. Ужгородський національний університет. <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.01.28>
- Хилько, М., & Хилько, О. (2024). Navigating Global South's ambivalent stance on Russia-Ukraine war. *European Political and Law Discourse*, 11(4), 5–15. <https://doi.org/10.46340/eppd.2024.11.4.1>
- Юрчак, С. С. (2024). *Особливості впливу держав Глобального Півдня на сучасні міжнародні відносини* [Магістерська робота]. Донецький національний університет імені Василя Стуса.
- Bond, S. (2023, February 28). How Russia is losing — and winning — the information war in Ukraine. *NPR*. <https://www.npr.org/2023/02/28/1159712623/how-russia-is-losing-and-winning-the-information-war-in-ukraine>
- Karalis, M. (2024, February 2). The information war: Russia Ukraine conflict through the eyes of social media. *Georgetown Journal of International Affairs*. <https://bit.ly/4aJMRfp>
- Kowalski, A. M. (2021). Global South–Global North differences. In W. L. Leal Filho, A. M. Azul, L. Brandli, A. Salvia, P. G. Özuyar, & T. Wall (Eds.), *No poverty* (pp. 389–400). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95714-2_68
- Li, Y. (2023, September 21). Where did the term «Global South» originate? *China US Focus*. <https://www.chinausfocus.com/foreign-policy/where-did-the-term-global-south-originate>

Надієвець Яна¹*Email: yana_nadievets@knu.ua**http://doi.org/10.5281/zenodo.20707325***Структура мережі громадянських рухів України: аналіз дискурсу стійкості**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році питання стійкості українського суспільства набуло особливої гостроти як у політичному, так і в академічному дискурсі. Громадянське суспільство стало одним із ключових об'єктів аналізу. Надзвичайно швидка мобілізація, зростання кількості організацій та волонтерських мереж, підвищення довіри до НГО до 85% (USAID, 2023) — усе це розглядалося як свідчення структурної потужності громадянського сектору. Відповідно, у наукових роботах сформувався стійкий консенсус про те, що стійкість українського суспільства пояснюється горизонтальними зв'язками, низовою самоорганізацією та децентралізованою координацією (Keudel & Huss, 2024; Kudlenko, 2023; Kutsenko, 2025; Rabinovych, 2023).

Однак при уважному розгляді ця теза виявляє методологічне обмеження. Зокрема, горизонтальність як структурна характеристика мережі здебільшого постулюється, проте без глибшого кількісного аналізу. Більшість досліджень спирається на якісний аналіз, опитування або кейс-стаді, які фіксують досвід і сприйняття, але не реконструюють реальну топологію зв'язків між організаціями. Ця прогалина між нормативним уявленням про горизонтальність і реальною мережевою конфігурацією поля становить дослідницьку проблему представленої роботи. Мета цього аналізу полягає в тому, аби за допомогою соціально-мережевого аналізу верифікувати, чи відповідає топологія міжорганізаційних зв'язків громадського сектору України конфігурації, яку імпліцитно передбачає дискурс стійкості.

Аналітична рамка дослідження формується на перетині трьох теоретичних традицій. Методологічним підґрунтям слугує критичний реалізм (Bhaskar, 1975; Archer, 1995), що дозволяє розглядати мережу як реальну структуру — таку, що існує незалежно від суб'єктивних уявлень окремих акторів, але виявляє себе лише через їхні взаємодії. Реляційна соціологія (Emirbayer, 1997) забезпечує аналітичну одиницю: відносини між організаціями, а не їхні ізольовані атрибути, є первинним об'єктом вивчення. Теорія соціальних рухів у мережевому форматі (Diani, 1992; Diani & McAdam, 2003; McAdam et al., 2001) задає предметне поле, де соціальний рух розглядається не як організація чи подія, а як мережа неформальних взаємодій між акторами, що поділяють колективну ідентичність. Структура цих зв'язків визначає координаційний потенціал, мобілізаційну інфраструктуру та адаптивність поля.

¹ Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

На цій основі залучаються три класичні концепти мережевого аналізу, кожен із яких формулює конкретне аналітичне очікування. Теорія слабких зв'язків (Granovetter, 1973) наголошує, що нещільні, але численні міжкластерні містки є критично важливими для поширення інформації та мобілізації поза межами наявних спільнот. З цього випливає, що горизонтальність є реальною структурною рисою; поле має демонструвати значну кількість слабких зв'язків між тематично різними організаціями. Концепція структурних дір (Burt, 1992, 2004) виокремлює брокерів — акторів, що займають позиції між інакше ізольованими сегментами мережі та контролюють міжкластерні потоки ресурсів і інформації. Принцип гомофільії (McPherson et al., 2001) описує природне тяжіння акторів до формування зв'язків із подібними до себе і передбачає тематичну кластеризацію як структурну норму, що суперечить уявленню про рівномірну горизонтальну інтеграцію.

У термінах типових конфігурацій мережевого аналізу дискурс стійкості імпліцитно відповідає поліцентричній або small-world топології (Watts & Strogatz, 1998), де існують кілька рівнозначних центрів, короткі шляхи між кластерами, висока кластеризація, рівномірний розподіл координативних функцій. Альтернативна цій топології — scale-free структура (Barabási & Albert, 1999), для якої характерна гостра нерівномірність розподілу зв'язків і наявність небагатьох домінуючих хабів або фрагментована кластерна конфігурація з вузькими брокерськими мітками між тематично замкненими угрупованнями. Все це означатиме принципово іншу картину, де горизонтальність є радше операційним досвідом акторів, ніж верифікованою топологічною властивістю поля. Розрізнення між цими сценаріями і становить теоретичну ставку дослідження.

Дані зібрано у межах підготовки аналітичного звіту ActionAid Ukraine «People Power Infrastructure: Mapping Ukraine's Social Movements» (2025). Емпіричну основу становлять 37 напівструктурованих інтерв'ю з представниками організацій феміністичного, ветеранського, екологічного, правозахисного, реконструкційного та студентського профілів. Взаємозгадки організацій у відповідях респондентів кодувалися як спрямовані зв'язки з атрибутами типу партнерства (alliance, donor, government partnership, coalition, advocacy та ін.) та тематичного напрямку. На основі цих даних побудовано граф із 251 вузлом і 249 зв'язками, що охоплює НГО, міжнародних донорів, органи державної влади та місцевого самоврядування. Аналіз виконано в середовищі R із застосуванням алгоритму Лувена для виявлення спільнот, метрик центральності (degree, betweenness, PageRank, closeness), robustness simulation та σ -тесту на відповідність моделі малого світу.

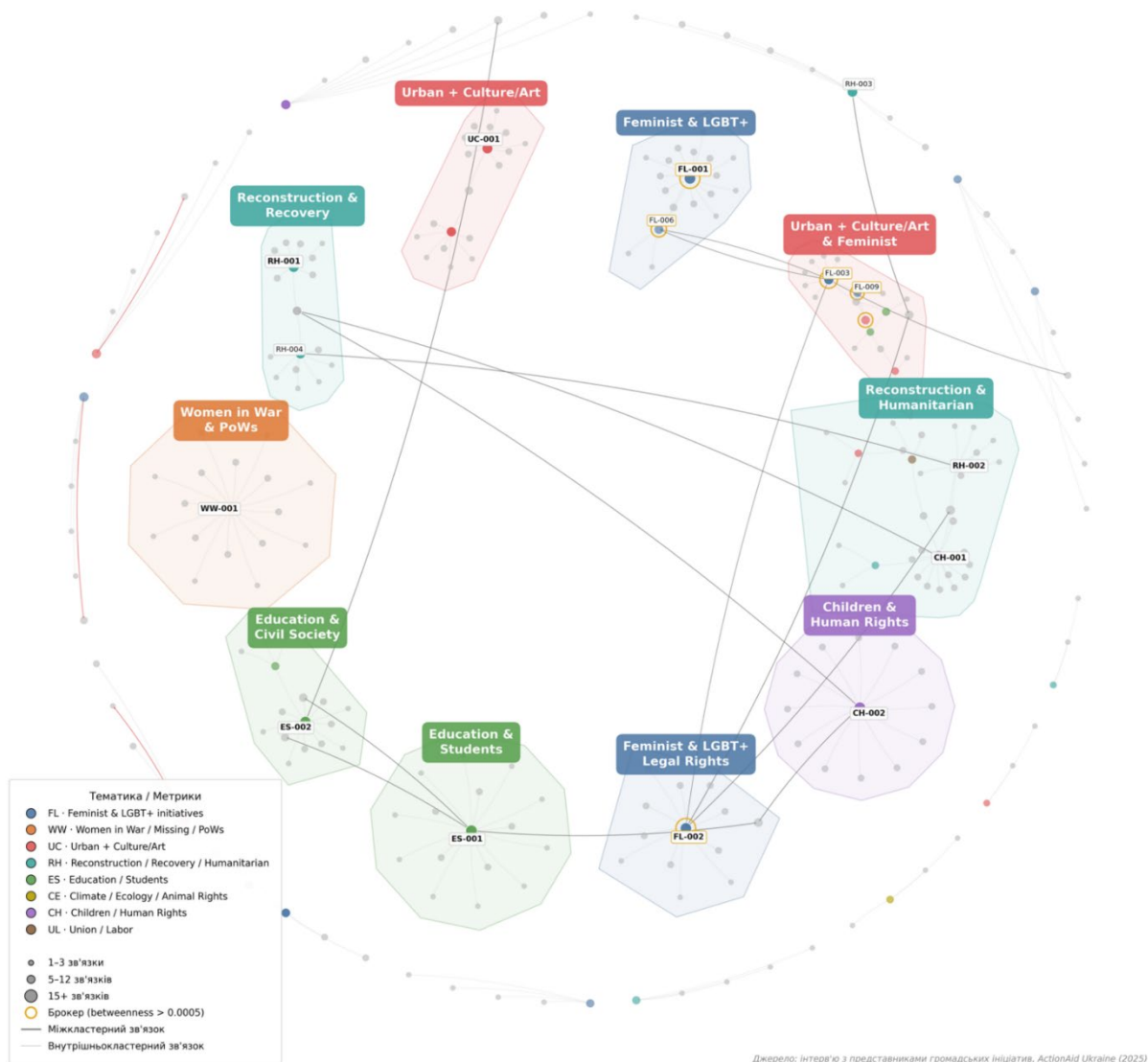


Рисунок 1.1 Кластерна структура мережі громадянських рухів України

Перший ключовий результат стосується загальної конфігурації мережі. Алгоритм Лувена виявив 12 спільнот із модулярністю $Q = 0,867$ — значення, що суттєво перевищує поріг вираженої кластерної структури ($Q > 0,7$). Більшість кластерів є монотематичними, тобто організації одного тематичного напрямку утворюють власну компакту спільноту з обмеженою кількістю зв'язків назовні. Це підтверджує принцип гомофілії як домінуючий структуроутворювальний механізм поля. Загальна топологія мережі відповідає фрагментованій кластерній структурі зіркового типу з рівномірним розподілом спільнот, а не поліцентричній чи small-world конфігурації.

Другий результат стосується диференціації ролей ключових акторів. Аналіз betweenness centrality виявив структурний розрив, безпосередньо релевантний концепту структурних дір. Організації з найвищим betweenness не збігаються з організаціями з найвищим degree. Хаби демонструють максимальну кількість зв'язків при мінімальному betweenness, тобто виконують функцію внутрішньокластерної щільності і координації. Брокери, організації зі скромною кількістю партнерів, займають стратегічні позиції між

тьрьома і більше тематичними кластерами одночасно, що дозволяє їм контролювати міжкластерні потоки ресурсів і інформації. Цей розрив є теоретично значущим, оскільки видима активність (degree) та прихована структурна позиція (betweenness) є різними вимірами впливу у полі і не збігаються між собою.



Рисунок 2.2 Крива деградації мережі

Третій результат стосується аналізу структурної стійкості та є найбільш несподіваним з теоретичної точки зору. Robustness simulation (послідовне видалення вузлів за degree) показала, що видалення чотирьох найбільших вузлів скорочує основну компоненту мережі (LCC) з 172 до 86 вузлів (50%), а видалення п'ятнадцяти — до 7,6%. Крива деградації різка й асиметрична, що є ознакою зіркової, а не рівномірно розподіленої топології. σ -коефіцієнт тесту на відповідність моделі малого світу становить $0,43 < 1$, що спростовує гіпотезу про small-world конфігурацію.

Порівняльний аналіз чотирьох підмереж виявив, що підмережа суто горизонтальних зв'язків НГО–НГО є структурно найбільш вразливою серед усіх варіантів (критична точка розпаду — 2 вузли), тоді як конфігурація без держустанов виявилася найстійкішою (6 вузлів). Примітно, що та сама горизонтальна підмережа демонструє найвищу комунікативну ефективність (global efficiency = 0,201), що засвідчує незбіжність вимірів ефективності передачі інформації та топологічної витривалості.

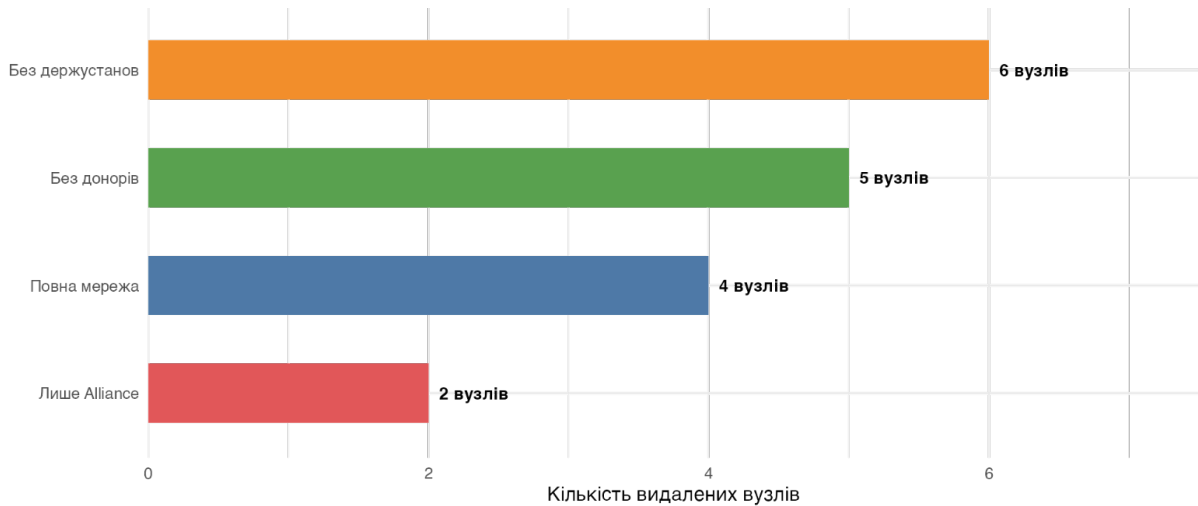


Рисунок 3. Критична точка розпаду (< 50% LCC) за варіантами мережі

Отримані результати нюансують, але не спростовують дискурс стійкості українського громадянського суспільства. Реконструйована мережа не повністю відповідає поліцентричній або small-world конфігурації, яку імпліцитно передбачають теоретичні описи горизонтальної стійкості. Вона є модульно організованою зірковою структурою з домінуванням тематичної гомофілії та вузьким колом брокерів, що забезпечують міжкластерну зв'язність. Стійкість поля тримається не на рівномірному горизонтальному розподілі зв'язків, а на кількох структурних брокерах, послаблення яких критично загрожує зв'язності. Горизонтальна підмережа НГО–НГО, яка найчастіше фігурує у дискурсі як основа стійкості, виявляється водночас найбільш топологічно вразливою конфігурацією. Донори є структурно периферійними, їхня відсутність не погіршує стійкість мережі. Держустанови виконують вертикальну ресурсну функцію, але не є критичними вузлами горизонтальної координації. У сукупності ці результати пропонують підставу для переосмислення нормативного розуміння горизонтальності.

Дослідження має низку обмежень, що визначають інтерпретативні межі результатів. По-перше, реконструйована мережа є виключно когнітивною мережею 37 організацій-респондентів. Це означає, що лише вони генерують вихідні зв'язки, тоді як усі інші 214 вузлів є пасивними отримувачами згадок. Це структурно виробляє зіркову топологію, частково незалежно від реальної конфігурації поля, і унеможливорює повне відображення зв'язків між організаціями, які не були інтерв'ювані. По-друге, дані є статичним зрізом, зібраним у конкретний часовий проміжок, що унеможливорює лонгітюдні висновки. Мережа громадянського суспільства є динамічною структурою, що швидко трансформується в умовах тривалої війни, і отримані результати описують її конфігурацію лише на момент збору даних. По-третє, вибірка організацій-респондентів формувалася за принципом теоретичної релевантності та мережевого розширення, що може вносити систематичну упередженість на користь більш видимих або мережево активних акторів.

Особливий інтерес становить типологічний аналіз організацій-брокерів як ключових агентів міжсекторної інтеграції. Дослідження їхніх

організаційних характеристик, ресурсної бази та стратегій позиціонування могло б пролити світло на механізми формування міжкластерних містків. Нарешті, розширення вибірки респондентів і включення повторних хвиль інтерв'ювання дозволили б частково подолати статичний характер наявних даних і наблизитися до більш повної реконструкції структури поля.

ЛІТЕРАТУРА

- Barabási, A.-L., & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *Science*, 286(5439), 509–512. <https://doi.org/10.1126/science.286.5439.509>
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Burt, R. S. (2004). Structural holes and good ideas. *American Journal of Sociology*, 110(2), 349–399. <https://doi.org/10.1086/421787>
- Diani, M. (1992). The concept of social movement. *The Sociological Review*, 40(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1992.tb00388.x>
- Diani, M., & McAdam, D. (Eds.). (2003). *Social movements and networks: Relational approaches to collective action*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0199251782.001.0001>
- Emirbayer, M. (1997). Manifesto for a relational sociology. *American Journal of Sociology*, 103(2), 281–317. <https://doi.org/10.1086/231211>
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Keudel, O., & Huss, O. (2024). Polycentric governance in practice: Ukrainian civil society under wartime conditions. *Journal of Public Finance and Public Choice*, 39(2), 1–26.
- Kudlenko, A. (2023). Ukrainian resilience after Russia's full-scale invasion: Sources and constraints. *Contemporary Security Policy*, 44(4).
- Kurylo, B. (2025). From individual to collective: Vernacular security and Ukrainian civil society in wartime. *Security Dialogue*, 56(5), 575–592.
- Kutsenko, O. (2025). Resilience under fire: Navigating societal challenges, agency and innovation in times of war. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 38(1).
- McAdam, D., Tarrow, S. G., & Tilly, C. (2001). *Dynamics of contention*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805431>
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415–444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Rabinovych, M. (2023). Explaining Ukraine's resilience to Russia's invasion: The role of local governance. 37(4), 1121–1140.
- USAID. (2023). *2023 CSO sustainability index for Central and Eastern Europe and Eurasia*. <https://www.ucipr.org.ua/en/about-us/projects/civil-society-organisations-sustainability-index-csosi-2017-2022>
- Watts, D. J., & Strogatz, S. H. (1998). Collective dynamics of «small-world» networks. *Nature*, 393(6684), 440–442. <https://doi.org/10.1038/30918>

Шевченко Артем¹*Email: acad.artem.shevchenko@gmail.com**http://doi.org/10.5281/zenodo.20707357***Дослідження майбутнього в соціології: від передбачення до соціальних очікувань**

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Актуальність. Під час екзистенційної війни проти росії, в яку занурена Україна в тій чи іншій формі вже понад 11 років, вкрай гостро постають питання щодо визначення та формування образу майбутнього як для кожного українця, так і для країни в цілому. В умовах тривалої війни класичні механізми формування соціальних очікувань руйнуються, оскільки раціональне планування стає неможливим, а індивідуальні життєві траєкторії вимушено стають залежними від непередбачуваних системних змін та сценаріїв. Відповідно, відбувається фундаментальний злам темпоральності: образ майбутнього розмежовується на абстрактні уявлення про далеке майбутнє та прагматичні, насичені конкретикою очікування щодо близького майбутнього, які постійно піддаються болісній корекції під тиском реальності. Як наслідок, суспільні очікування проходять складну еволюцію: від початкового шоку та ейфорійної віри у швидку перемогу до усвідомлення зтяжнього характеру війни, що супроводжується психологічною втомою і, зрештою, призводить до рутинізації надзвичайного стану та переформатування очікувань на стратегічну витривалість і довготривалий спротив (Бевзенко, 2025; Шульга, 2025; Kutsenko, 2025). На тлі цього відбувається справжня інформаційна боротьба різноманітних (близьких або полярних) смислових наративів, покликаних створити усталені образи майбутнього в колективній свідомості українців (Шевченко, 2023, с. 12–15), які надалі відтворюватимуть типові патерни поведінки та життєвих траєкторій. Наприклад, виїзд за кордон або маргіналізація у випадку переважання в оточенні проросійських наративів про Україну як «failed state» або ж, навпаки, підтримка війська та готовність до післявоєнної розбудови у випадку домінування наративів про успіх та розквіт української державності. Попри продемонстровану українцями високу стійкість у протидії збройній та інформаційній агресії рф, втома та виснаження можуть мати непередбачуваний довгостроковий негативний ефект на соціальні очікування суспільства щодо майбутнього. Контроль та ідентифікація подібних загроз можуть здійснюватися через соціологічне дослідження майбутнього, оскільки соціологічна наука пропонує власні надійні теоретичні підходи, огляд історичної генези яких здійснено у тексті далі.

Виклад основного матеріалу. Соціологічний концепт майбутнього тією чи іншою мірою був представлений в роботах класиків соціологічної науки, де кожен із авторів пропонував власну візію майбутнього у розрізі соціальних трансформацій. Наприклад, О. Конт, розрізняючи соціальну статичність та

¹ Студент магістратури, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

соціальну динаміку, пов'язував останню безпосередньо з теорією соціального прогресу та орієнтацією на майбутнє. Його закон трьох стадій був спрямований не лише на пояснення розвитку людства, але й на передбачення його майбутнього курсу. Відомий вислів Конта «Знати, щоб передбачати, передбачати, щоб мати можливість діяти» закріпив прогностичну функцію соціології як ключову, що відображало погляд Конта на майбутнє як на предмет передбачення (Bourdeau et al., 2018). Погляди К. Маркса на майбутнє були невіддільно пов'язані з його теорією суспільно-економічних формацій, згідно з якою кінцевим пунктом призначення розвитку суспільств мала стати комуністична утопія внаслідок світової революції пролетаріату. Тоді як Е. Дюркгайм, навпаки, трактував майбутнє не як революційний розрив від одного суспільного стану до іншого, а як процес «нормалізації» сучасного йому індустріального суспільства, адже вбачав у ньому перемогу демократії та справедливості як неминучий наслідок розвитку поділу праці. На противагу поглядам Дюркгайма, візія М. Вебера була значно трагічнішою: майбутнє у нього постає як неминуче посилення раціоналізації та бюрократизації – «залізна клітка», до якої людство само себе приречило (Rouse, 2015, pp. 21–125). Спроби передбачити майбутнє можна побачити і в текстах Г. Зіммеля: він розглядає майбутнє модерного світу як нескінченний процес диференціації, пов'язаний із поглибленням «трагедії культури»: об'єктивна культура розвивається занадто швидко, тоді як суб'єктивна – дедалі більше відстає, водночас грошова економіка перетворює майбутнє на простір точного математичного розрахунку (Staudacher, 2023, p. 210–231). Таким чином, класичний етап розвитку соціології характеризувався не прямим дослідженням майбутнього, а багатоваріантністю передбачень щодо того, що чекає світ з позицій власних теорій.

Осмислення концепту як об'єкта соціологічного інтересу відбулося у середині ХХ ст. внаслідок поступової інституціоналізації досліджень майбутнього в науковій спільноті. Завдяки працям Г. Ласвелла та Д. Белла фокус соціологічної уваги змістився зі спроб жорсткого детерміністського передбачення, представленого в класичних соціологічних теоріях, на сценарне прогнозування «меж можливого». Важливим кроком стала систематизація футурології У. Беллом, який запропонував концепцію «тріади майбутніх» (можливе, ймовірне та бажане майбутнє). Белл обґрунтував, що майбутнє слід розглядати не лише як простір імовірностей, але і як етичний проєкт, спрямований на конструювання кращого суспільства. Одночасно подібні ідеї прогностики у європейській традиції розвивав Б. де Жувенель (Masini, 1997, pp. 124–125). Під впливом постмодерністського скептицизму щодо метанаративів (Lyotard, 1984) у 1980-х роках майбутнє як об'єкт дослідження було тимчасово маргіналізоване в соціологічному дискурсі (Suckert, 2022, p. 401), але вже у 1990-х роках на тлі геополітичних перетворень та екологічних катастроф воно знову опинилося в центрі уваги дослідників, набувши рис радикальної невизначеності та глобальних загроз у межах теорій суспільства ризику У. Бека (Beck, 1992) та рефлексивної модернізації Е. Гіденса. Модерне суспільство почало трактуватися як таке, що

«живе в майбутньому» та постійно генерує непередбачувані створені людиною ризики (Giddens & Pierson, 1998, p. 209). На зламі XX-XXI ст. у соціології відбувається переосмислення принципів та засад дослідження майбутнього: орієнтація зміщується зі спроб передбачати майбутнє на соціальні очікування щодо майбутнього, а також те, як вони структурують соціальну реальність та поведінку людей у сьогоденні (Suckert, 2022, p. 396).

На сучасному етапі розвитку соціологічного знання майбутнє відійшло від фатумних інтерпретацій та утвердилося як складний та багатокомпонентний науковий термін, наділений низкою ключових ознак. Майбутнє є *віртуальним* – його неможливо дослідити позитивістським шляхом, не зміщуючи акцент на вивчення очікувань щодо майбутнього. Ще однією визначальною ознакою майбутнього є його *множинність*, адже соціологи відмовилися від безальтернативного підходу. Наступною ознакою є *антиципаційність* – наслідок зсуву наукового інтересу від прогнозування до побудови до стратегічного мислення в умовах невизначеності. З цим же пов'язана ще одна риса концепту – «*безмайбутність*»: будь-яке дослідження майбутнього (в т. ч. через соціальні очікування) має на меті змінити сприйняття, мотивацію та стратегії людей саме зараз, що зміщує реальний фокус таких досліджень з завтрашнього дня на проблеми та способи їхнього розв'язання у сьогоденні. Ознаки «*лиховісності*» та *комплексності* відображають прив'язку концепту майбутнього до складних, взаємопов'язаних глобальних викликів (наприклад, жорстка нерівність, зміни в кліматі, загрози глобальної війни тощо). Ще однією ознакою виступає *правдоподібність*, яка вказує на те, що ключовим критерієм для оцінки тверджень про майбутнє є не математична імовірність, а логічна несуперечність та обґрунтованість побудованих гіпотез. Нарешті, однією з найбільш фундаментальних та соціологічних рис майбутнього є його соціальна сконструйованість. Усі провідні теоретичні напрями початку XXI ст. об'єднують визнання того, що майбутнє існує не як об'єктивна реальність за «ширмою сьогодення», а як «культурний факт» (Appadurai, 2013), тобто соціально сконструйований набір уявлень, очікувань та образів, які впливають на вибір людьми тих чи інших патернів поведінки (Gabriel, 2013, pp. 2–7; Sardar, 2010, pp. 182–184).

Наразі в соціології сформувалося декілька взаємодоповнюючих теоретичних підходів до вивчення соціальних очікувань, які дозволяють досліджувати цей феномен з різних перспектив. Наприклад, соціологія очікувань наголошує на перформативній природі очікувань – їхній здатності активно конструювати реальність, мобілізувати ресурси та легітимувати рішення на специфічних «аренах очікувань» (Van Lente, 2012). Поруч із ним можна згадати про теоретичну рамку фікціональних очікувань, яка змістила фокус на сферу економіки, доводячи, що в умовах радикальної невизначеності люди керуються не раціональними розрахунками ймовірностей, а уявними образами бажаного майбутнього у формі наративів, теорій та прогнозів (Beckert, 2016). З іншого боку, феноменологічна перспектива, представлена у роботах А. Міше (Mische, 2009), І. Таворі та Н. Еліасоф (Tavory & Eliasoph,

2013)), зміщує фокус на мікрорівень індивідуального проєктування: через концепти проєктивності та рівні антиципації вона аналізує те, як актори ментально конструюють особисті очікування та координують множинні темпоральні горизонти. Натомість культурний підхід, представлений в роботах А. Аппадурая (Appadurai, 2013), проблематизує стратифікацію очікувань, розглядаючи «спроможність прагнути» як культурний капітал, що нерівномірно розподілений у суспільстві та жорстко детермінований соціальною нерівністю й об'єктивними обмеженнями життєвого досвіду. Попри відмінності у фокусі, усі ці теоретичні рамки об'єднують спільне визнання каузальної ролі очікувань: вони не є пасивним віддзеркаленням майбутнього чи вторинним, а виступають активним чинником, який структурує рішення та спрямовує соціальну поведінку людей.

Висновок. Соціологія пропонує розгалужений теоретичний фундамент для дослідження майбутнього, який формувався впродовж усієї історії дисципліни – від безальтернативних візій класиків до сучасних концепцій перформативних, фікціональних та культурно стратифікованих очікувань. Теоретична систематизація цих підходів та їхнє масштабування з вузькоспеціалізованих сфер на ширший соціальний контекст відкриває надзвичайно багаті аналітичні перспективи. Зокрема, застосування описаних теоретичних рамок до вивчення українського суспільства дає змогу дослідити домінуючі образи майбутнього серед українців, їхню стратифікацію за класовими, віковими, регіональними та іншими вимірами, а також механізми, через які ці образи впливають на реальну поведінку. Як показало дослідження Rating Lab, потенціал аналізу соціальних очікувань щодо майбутнього може бути корисний зокрема у сфері досліджень міграційних настроїв українців (Тищенко та ін., 2025). Зважаючи на це, необхідним є завдання з розробки універсальних інструментів вимірювання соціальних очікувань щодо майбутнього, які б органічно поєднали теоретичний доробок різних підходів у єдиній методологічній рамці. Такі інструменти могли б виступити надійним індикатором суспільної напруги та соціального виснаження, зокрема в кризові періоди, коли горизонт планування скорочується, образ майбутнього розмивається, а здатність до прагнень стає одним із ключових ресурсів як індивідуальної, так і колективної стійкості.

ЛІТЕРАТУРА

- Бевзенко, Л. (2025). Соціологія очікуваного майбутнього у вітчизняних реаліях — у пошуку епістемологічного підґрунтя (частина 1). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 2, 135–152. <https://doi.org/10.15407/sociology2025.02.135>
- Тищенко, І., Ткалич, М., Скрипченко, Т., Кротевиц, Є., Кузьменко, Г., & Шевченко, А. (2025). *Рейтинг регіонів за Індексом місцевого благополуччя та міграційні настрої: 2024*. Rating Lab. <https://ratinglab.org/research/local-well-being-index-rating-ukrainian-regions-migration-attitudes-2024>
- Шевченко, А. (2023). Інформаційний «фронт»: чому Україні важливо відстоювати власні смисли? У *Соціологія та сучасні соціальні трансформації: Матеріали XV Міжнародної конференції студентів та молодих науковців* (Київ, Київський

національний університет імені Тараса Шевченка, 25 листопада 2022 року) (с. 12–15).

- Шульга, М. (2025). Уяви та очікування в образах майбутнього. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 1, 105–138. <https://doi.org/10.15407/sociology2025.01.105>
- Appadurai, A. (2013). *The future as cultural fact: Essays on the global condition*. Verso.
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity* (M. Ritter, Trans.). Sage Publications.
- Beckert, J. (2016). *Imagined futures: Fictional expectations and capitalist dynamics*. Harvard University Press.
- Bourdeau, M., Pickering, M., & Schmaus, W. (Eds.). (2018). *Love, order, and progress: The science, philosophy, and politics of Auguste Comte*. University of Pittsburgh Press.
- Gabriel, N. (2013). The future of the social sciences. *Sociologica*, 7(2), 1–14.
- Giddens, A., & Pierson, C. (1998). *Conversations with Anthony Giddens: Making sense of modernity*. Polity Press.
- Kutsenko, O. (2025). Framing war: The evolution of the social perception of war in Ukraine. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, 2, 5–29. <https://doi.org/10.15407/sociology2025.02.5>
- Lyotard, J.-F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge* (G. Bennington & B. Massumi, Trans.). University of Minnesota Press.
- Masini, E. B. (1997). The relationship between futures studies and social sciences from the 60's to the present. *Társadalom és gazdaság Közép- és Kelet-Európában / Society and Economy in Central and Eastern Europe*, 19(4), 121–142. <http://www.jstor.org/stable/41468345>
- Mische, A. (2009). Projects and possibilities: Researching futures in action. *Sociological Forum*, 24(3), 694–704.
- Royce, E. (2015). *Classical social theory and modern society: Marx, Durkheim, Weber*. Rowman & Littlefield.
- Sardar, Z. (2010). The namesake: Futures; futures studies; futurology; futuristic; foresight—What's in a name? *Futures*, 42(3), 177–184.
- Suckert, L. (2022). Back to the future: Sociological perspectives on expectations, aspirations and imagined futures. *European Journal of Sociology*, 63(3), 393–428.
- Tavory, I., & Eliasoph, N. (2013). Coordinating futures: Toward a theory of anticipation. *American Journal of Sociology*, 118(4), 908–942.
- Van Lente, H. (2012). Navigating foresight in a sea of expectations: Lessons from the sociology of expectations. *Technology Analysis & Strategic Management*, 24(8), 769–782.

Тесля Володимир^I*Email: volodymyr1teslia@gmail.com***Новохацька Софія^{II}***Email: nov.sofs.rom@gmail.com*<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707392>

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-
практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих
учених (Київ, Київський
національний університет імені
Тараса Шевченка, 16 квітня 2026
року). – К.: Видавництво
«Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Соціально–демографічний портрет російського військовополоненого (на прикладі відеоінтерв'ю каналу Volodymyr Zolkin)

З початку повномасштабного вторгнення рф у відкритому доступі накопичився великий масив відеоінтерв'ю з російськими військовополоненими. Найбільший архів – YouTube–канал журналіста Володимира Золкіна. Канал працює від березня 2022 року й сьогодні налічує близько 800 опублікованих відео (Zolkin, 2022–2026). Формалізованими методами цей матеріал майже не опрацьовано. Якщо соціально–структурні наслідки війни для українського суспільства вже системно аналізували (Симончук, 2024), то склад і мотивація учасників агресії з боку рф у соціологічному вимірі залишаються набагато менш дослідженими.

Масив має очевидні структурні обмеження. Канал відбирає кейси за медійними критеріями: переважно потрапляють ті, хто довше в полоні, має цікавішу історію або погодився на публікацію. Інтерв'юер не ставить усім однакових питань – частина соціально–демографічних змінних має значну частку пропущених значень. Контекст полону теж впливає на зміст відповідей, особливо у частині мотивації та самопрезентації. Це не знімає цінності матеріалу, але задає рамку інтерпретації.

У дослідженні поставлено три питання. Як змінюється соціально–демографічний профіль полонених у різні періоди війни (2022–2026)? Як змінюється їхня мотивація участі? Чи існує статистично значущий зв'язок між соціально–демографічними характеристиками – віком, освітою, типом зайнятості – та мотивацією?

Метод – кількісний контент–аналіз відеоінтерв'ю каналу Volodymyr Zolkin за період березень 2022 – лютий 2026 (Krippendorff, 2004). Одиницею аналізу є окремих респондент: коли в одному відео присутні кілька полонених, кожен кодується окремо. Кодифікатор охоплював три групи змінних. Першу складали соціально–демографічні характеристики: вік, макрорегіон походження, тип населеного пункту (від села до міст понад 250 тис. населення), рівень освіти, тип зайнятості до війни, військовий статус (контрактник, мобілізований, вербований із місць позбавлення волі). Другу – мотивація участі у війні з категоріями: економічна, примусова, ідеологічна,

^I Студент магістратури факультету соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

^{II} Факультет соціальних наук та соціальних технологій Національного Університету «Києво-Могилянська Академія».

ситуативна (полонений не знав, куди прямує; потрапив на війну за випадкових обставин). Пряма відповідь респондента про мотивацію часто є неінформативною («не знав, куди їду») або змішаною. Тому код призначався за принципом домінуючої інтерпретації висловлювань і біографічного контексту: обставин підписання контракту, попередніх боргів, судимості, місця перебування на момент мобілізації. Для категорії вербованих із місць позбавлення волі провідним кодом обиралася економічна мотивація – у випадках, коли респондент згадував комбінацію стимулів (дострокове звільнення, очищення судимості, грошові виплати), оскільки участь визначалася позитивними матеріальними і статусними винагородами, а не загрозою примусу. Водночас такий підхід до кодування може частково впливати на розподіл мотивацій у вибірці та має враховуватися при інтерпретації результатів. Третю – наративні стратегії самопрезентації: заперечення відповідальності, перекладання відповідальності, виправдання, каяття. Кодування наративу спиралося на адаптацію класичної типології технік нейтралізації (Sykes & Matza, 1957) до контексту воєнного полону, з додаванням каяття як постфактум-стратегії, яка виходить за межі оригінальної моделі.

Вибірка стратифікована за часом: рік і сезон публікації відео, усього 16 страт. У кожній страті випадковим чином відбиралося по 6 відео; де таких відео було менше, бралися всі доступні. Сумарно відібрано 94 відеоінтерв'ю, у яких – 155 респондентів. Обсяг достатній для коректного порівняння періодів і пошуку зв'язків між категоріальними змінними, хоча обмежує статистичну потужність на дрібних підвибірках. Дані оброблено в Jamovi (The jamovi project, 2024). Для перехресних таблиць застосовано критерій χ^2 -квадрат Пірсона (χ^2); силу зв'язку оцінювали коефіцієнтом Cramer's V (далі – V); рівень значущості – p. Інтерпретація враховує перелічені обмеження, тому висновки описують склад тієї підмножини полонених, що представлена на каналі, а не генеральну сукупність. У випадках неповноти відеоматеріалу інформація уточнювалася через відкриті джерела (OSINT).

Часова періодизація. Для аналізу динаміки 16 страт укрупнено до трьох періодів за логікою ключових хвиль рекрутингу:

- період 1, березень 2022 – початок 2023 (n = 32). Полонені цієї хвилі – переважно контрактники довоєнних угод, які потрапили до зони бойових дій з самого початку вторгнення.

- період 2, середина 2023 – літо 2024 (n = 64). Хоча часткову мобілізацію оголошено в РФ ще 21 вересня 2022 року (Укрінформ, 2022), мобілізовані потрапляли в полон і на запис до каналу не одразу, тому пік цієї хвилі у вибірці припадає саме на середину 2023 – літо 2024.

- період 3, осінь 2024 – зима 2026 (n = 35). Період масового розгортання проєктів «Шторм-Z», «Шторм-V» і «Шторм Гладіатор» з активним вербуванням із місць позбавлення волі (Денькович, 2024), а також контрактників нової хвилі за розширеними матеріальними виплатами.

Через пропущені значення за окремими змінними обсяг валідних спостережень у конкретних крос-таблицях менший за повну вибірку.

Зміни соціально–демографічного профілю. Перехресний аналіз з періодом дав такий розподіл значущих і незначущих зв'язків:

Таблиця 1. Перехресний аналіз соціально–демографічних характеристик з періодом

Характеристика	χ^2	df	p	V	Висновок
Тип зайнятості	46.24	8	< 0.001	0.45	змінився
Освіта	23.82	8	0.002	0.45	змінилася
Військовий статус	45.62	6	< 0.001	0.42	змінився
Тип населеного пункту	11.73	6	0.068	0.25	на межі значущості
Вік	10.18	8	0.253	0.21	без змін
Макрорегіон	9.78	8	0.281	0.21	без змін
Сімейний стан	4.54	4	0.338	0.17	без змін

Примітка. χ^2 – критерій Пірсона; df – кількість ступенів свободи; p – рівень статистичної значущості; V – коефіцієнт Крамера. Статистично значущими вважаються відмінності при $p < 0,05$.

Картина чітка. Демографічні параметри – вік, регіон, сімейний стан – стабільні. Змінюється спосіб включення в армію та соціально–економічний бекграунд: чим далі, тим частіше у полон потрапляють ті, кого армія рекрутує через економічні стимули та з пенітенціарної системи.

Зміни мотивації участі. Розподіл укрупненої тривимірної мотиваційної змінної (економічна / примусова / ідеологічно–ситуативна) суттєво змінювався у часі: $\chi^2 = 22.40$, df = 4, $p < 0.001$, $V = 0.30$. У період 1 переважала ідеологічно–ситуативна мотивація – 53%. Це типовий профіль контрактника–2022, який не очікував повномасштабної війни і відповідав на питання про мотив словами «повезли на навчання» або «не знав, куди їду». У період 2 домінувала примусова мотивація – 53%, як прямий наслідок мобілізаційної хвилі. У період 3 більшість становить уже економічна мотивація – 51%, переважно за рахунок нових контрактників за матеріальні стимули та вербованих із пенітенціарної системи.

Перехід «контрактники → мобілізовані → економічно мотивовані та вербовані ув'язнені» відповідає тезі М. Калдор про сучасні війни як гібридні конфлікти, де економічні та кримінальні мотивації витісняють ідеологічні (Kaldor, 2012). Логіку посилює макроекономічний контекст. У першому кварталі 2026 року, за даними відкритих аналітичних джерел, ВВП рф скоротився, ставки залишаються одними з найвищих у світі, ресурси концентруються у військово–промисловому комплексі (Чупровська, 2026). У цих умовах залучення нових учасників війни дедалі більше залежить від матеріальних стимулів і вербування соціально вразливих груп.

Зв'язок соціально–демографічних характеристик з мотивацією. Перехресний аналіз з тривимірною мотиваційною змінною:

Таблиця 2. Зв'язок соціально-демографічних характеристик із мотивацією участі у війні

Характеристика	χ^2	df	p	V	Сила зв'язку
Військовий статус	78.03	6	< 0.001	0.51	сильний
Освіта	22.63	8	0.004	0.42	помірний
Тип зайнятості	44.15	8	< 0.001	0.41	помірний
Тип населеного пункту	24.49	6	< 0.001	0.34	помірний
Сімейний стан	9.65	4	0.047	0.22	слабкий
Вік	10.11	8	0.258	0.20	відсутній
Макрорегіон	6.24	8	0.621	0.15	відсутній

Примітка. χ^2 – критерій Пірсона; df – кількість ступенів свободи; p – рівень статистичної значущості; V – коефіцієнт Крамера. Сила зв'язку інтерпретується як слабка ($V < 0,30$), помірна ($0,30 \leq V < 0,50$) та сильна ($V \geq 0,50$).

Найсильніший предиктор мотивації – військовий статус ($V = 0.51$). Спосіб, у який людина потрапила до армії, визначає і її ставлення до участі у війні значно сильніше, ніж будь-яка демографічна характеристика. Помітну роль відіграють також освіта, тип зайнятості і тип населеного пункту. Натомість вік статистично з мотивацією не пов'язаний – попри інтуїтивне очікування, що молодші й старші полонені відрізняються. Не пов'язана з мотивацією і географія походження. У підсумку в межах вибірки мотивація детермінується соціально-статусною позицією, а не демографією: це класова логіка участі у війні, яку С. Малешевич описує як характерну для сучасних збройних конфліктів. Людський ресурс війни рекрутується з периферійних і депривованих сегментів суспільства (Malešević, 2019).

Мотивація і наратив самопрезентації. Зв'язок між типом мотивації і наративом значущий: $\chi^2 = 26.91$, $df = 12$, $p = 0.001$. Полонені з примусовою мотивацією переважно перекладали відповідальність на командування і державу – 59% таких випадків. Економічно мотивовані порівняно частіше виявляли каяття (33%) або теж перекладання відповідальності (43%). Тобто примусова мотивація йде в парі зі стратегією «мене змусили – я не вирішував», а економічна – або з визнанням провини, або теж із перекладанням, але вже на інші обставини.

Зміна складу і мотивації російських військовополонених за чотири роки війни відображає трансформацію самої інституції військового рекрутингу рф у сингулярному стані війни (Макеєв, 2017). Контрактна модель 2022 року змінилася мобілізаційною у 2023-му, а та – моделлю 2024–2026 років, де формально добровільний контракт укладається під економічним примусом: борги, бідність, перспектива тюремного терміну виштовхують у війну тих, хто інакше до неї не пішов би. Чим довше триває війна, тим помітніше ціна участі стягується з периферії російського суспільства: жителів малих населених

пунктів, представників робітничих професій, осіб із пенітенціарного середовища (Malešević, 2019). Найсильнішим предиктором мотивації виявився не вік, а військовий статус – спосіб включення в армію формує і ставлення до участі.

Результати треба читати з поправкою на три обмеження: медійну селекцію каналу, нерівномірність питань інтерв'юера, вплив контексту полону на відповіді. Опис стосується тієї підмножини полонених, яка потрапила в публічний матеріал каналу Volodymyr Zolkin, а не генеральної сукупності. Перспектива подальшого дослідження – розширення вибірки і окремий аналіз наративних стратегій як самостійного об'єкта.

ЛІТЕРАТУРА

- Денькович, Я. (2024, 12 лютого). Вербування ув'язнених в РФ на війну: окупанти віддають перевагу засудженим за вбивство. *ТСН*. <https://tsn.ua/ato/verbuvannya-uv-yaznenih-v-rf-na-viynu-okupanti-viddayut-perevagu-zasudzhenim-za-vbivstvo-2511937.html>
- Макеєв, С. О. (2017). *Стан сингулярності. Соціальні структури, ситуації, повсякденні практики*. НаУКМА; Інститут соціології НАН України.
- Симончук, О. (2024). Соціальна структура українського суспільства під впливом повномасштабної війни: концептуальні та емпіричні пошуки. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 1, 26–62. <https://doi.org/10.15407/sociology2024.01.026>
- Укрінформ. (2022, 21 вересня). *путін підписав указ про часткову мобілізацію в росії*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3575969-putin-pidpisav-ukaz-pro-castkovu-mobilizaciu-v-rosii.html>
- Чупровська, О. (2026, 22 квітня). Російська економіка падає, і дорога нафта її не врятує, – Bloomberg. *РБК-Україна*. <https://www.rbc.ua/rus/news/rosiyska-ekonomika-padae-i-doroga-nafta-yiyi-1776860631.html>
- The jamovi project. (2024). *jamovi* (Version 2.6.26) [Computer software]. <https://www.jamovi.org>
- Kaldor, M. (2012). *New and old wars: Organised violence in a global era* (3rd ed.). Polity Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage Publications.
- Malešević, S. (2019). War, state formation, and nationalism. In M. Sardoč (Ed.), *Handbook of patriotism* (pp. 1–20). Springer.
- Sykes, G. M., & Matza, D. (1957). Techniques of neutralization: A theory of delinquency. *American Sociological Review*, 22(6), 664–670.
- Zolkin, V. (2022–2026). *Volodymyr Zolkin* [YouTube channel]. YouTube. <https://www.youtube.com/c/volodymyrZolkin>

Єпішко Михайло¹*Email: mykhailo.yepishko@knu.ua*<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707460>

Трудова імміграція після Другої світової війни в Європі: соціально-економічні наслідки та уроки для повоєнної України

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Демографічна криза в Україні, яка мала глибокі структурні передумови ще до 2014 року, внаслідок повномасштабної війни набула катастрофічних масштабів і постає як один із найскладніших екзистенційних викликів для відбудови та стабільного функціонування держави. Сучасні тенденції свідчать про те, що Україна опинилася у стані незворотної депопуляції. За оцінками фахівців, загальні демографічні втрати можуть сягати 10 мільйонів осіб, а рівень народжуваності впав до критичних показників, що робить неможливим відновлення виключно за рахунок внутрішніх ресурсів (Мерещук, 2025). Зважаючи на те, що після війни додому може повернутися лише близько третини біженців, українська економіка зіткнеться з гострим дефіцитом робочої сили. Деякі експертні прогнози вказують на ймовірну потребу в залученні від 10 до 15 мільйонів мігрантів для забезпечення масштабної відбудови та підтримки темпів економічного зростання (Даниленко, 2025). Водночас перспектива перетворення України на країну масової імміграції викликає обґрунтовані занепокоєння щодо соціокультурних наслідків, адже інтеграція великих мас іноземців вимагатиме ретельної стратегії. З огляду на це, критично важливим є аналіз європейського досвіду управління міграційними процесами.

Для концептуалізації складних процесів взаємодії між трудовими мігрантами та приймаючим суспільством фундаментальною є класична теорія асиміляції та «цикл расових відносин», розроблена Робертом Парком. Відкидаючи популярну концепцію миттєвого «плавильного котла», Парк визначив міграцію як колективний феномен, що ініціює тривалий багаторівневий процес соціальної трансформації. Цей цикл складається з чотирьох послідовних стадій: контакт (перша зустріч, що ламає традиційні звичаї), конкуренція/конфлікт (боротьба за обмежені ресурси та усвідомлення відмінностей), акомодация (стан крихкої інституціоналізованої рівноваги зі збереженням соціальної дистанції та просторової ізоляції) та фінальна асиміляція (несвідомий процес культурного взаємопроникнення, характерний здебільшого для наступних поколінь) (Elise & Moose, 2025). Зупинка інтеграції на стадії акомодации породжує феномен «маргінальної людини» — індивіда, який опиняється на межі двох світів і не визнається повноцінно жодним із них.

¹ Студент бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Історичний досвід Європи є ілюстрацією цих соціологічних закономірностей. Після Другої світової війни європейські нації, що зазнали колосальних втрат, потребували робочої сили для реалізації планів відбудови та індустріального зростання. Європа перетворилася на континент масової імміграції, де сформувалися дві відмінні моделі залучення трудових ресурсів. Перша — постколоніальна міграція у Франції, Великій Британії та Нідерландах, куди масово прибували вихідці з колишніх колоній (Магриб, Індія, Пакистан) (Castles et al., 2013, pp. 108–110). Друга — програми цільового рекрутингу тимчасових робітників («гастарбайтерів») у країнах без колоніального минулого, таких як Західна Німеччина. Уряд ФРН укладав двосторонні угоди (зокрема з Туреччиною у 1961 році), розглядаючи мігрантів як суто тимчасовий ресурс і свідомо не інвестуючи в їхню культурну адаптацію (Rieder, 2013). Переломним моментом стала нафтова криза 1973 року. Замість того, щоб повернутися додому через економічну рецесію, мігранти залишилися та скористалися правом на возз'єднання сімей. Тимчасові робітничі гуртожитки перетворилися на постійні етнічні квартали, а Європа зіткнулася з реальністю мультиетнічного населення, до управління яким вона не була готова. Цей прорахунок ідеально охарактеризував Макс Фріш: «Ми просили робочих рук, а приїхали люди» (Нау, 2004).

Зіткнувшись із новою демографічною реальністю, західноєвропейські країни намагалися впровадити три основні парадигми управління розмаїттям, кожна з яких продемонструвала вразливості:

Асиміляційна модель (Франція). Базується на громадянському республіканізмі, ігноруючи етнічні та релігійні відмінності у публічній сфері. Проте неможливість артикулювати культурні розбіжності призвела до «сліпоти» держави щодо реальної дискримінації. Економічна маргіналізація та жорсткий пресинг культурної стандартизації породили масові бунти серед нащадків мігрантів у передмістях (Soleil, 2022, pp. 93–99).

Мультикультурна модель (Велика Британія, Нідерланди). Передбачала визнання та фінансування культурних відмінностей (концепція «салатниці»). Проте поєднання безмежного мультикультуралізму з щедрою соціальною допомогою зняло з мігрантів обов'язок вивчати мову та адаптуватися до ринку праці, що спричинило їхню добровільну соціально-економічну ізоляцію (Koormans, 2010, pp. 2, 21).

Модель диференційованого виключення (Німеччина). Довгий час доступ до громадянства базувався на принципі крові, що виключало мігрантів із політичного ядра нації. Це законсервувало сотні тисяч сімей на стадії жорсткої «акомодації», утворивши правовий та культурний вакуум для цілих поколінь (Rieder, 2013).

Провал інтеграційних політик яскраво ілюструють сучасні суспільні настрої. Соціологічні дослідження показують, що серед європейців домінує переконання про надмірну кількість нелегальних мігрантів, а близько половини населення провідних держав підтримує масові депортації та зупинку прийому іноземців (YouGov, 2025). Водночас ці страхи підкріплюються об'єктивними даними: значна частина мігрантів поділяє

фундаменталістські переконання, відкидаючи світські закони (65%), демонструючи ворожість до «чужих» та схильність до ізоляціонізму (WZB, 2013).

Найбільш деструктивним наслідком цього стала поява етнічних анклавів. Якщо на початковому етапі «анклавна економіка» допомагає мігрантам знайти роботу і подолати мовний бар'єр, то у довгостроковій перспективі ізольоване проживання у бідних районах різко знижує мотивацію до вивчення мови. Це блокує доступ до загальнонаціональної економіки та консервує бідність у наступних поколіннях, призводячи до виникнення повністю відчужених «паралельних суспільств» (Danzer & Yaman, 2012, pp. 2, 17).

Враховуючи моноетнічність більшості регіонів України, масштабне залучення іноземців створює високий ризик вибуху ксенофобії на стадіях «контакту» та «конкуренції». Українське суспільство наразі демонструє значну пересторогу і морально не готове до масового припливу трудових мігрантів (Соціологічна група «Рейтинг», 2025). Вимірювання соціальної дистанції за шкалою Богардуса показують, що попри відкритість до громадян країн-союзниць, дистанція до представників культур Азії чи Африки залишається значною — більшість українців готові терпіти їх лише як тимчасових туристів, але не у своєму близькому колі (Київський міжнародний інститут соціології, 2024).

Для того, щоб уникнути помилок європейських держав і не допустити формування криміналізованих гетто та маргіналізації суспільства, Україна повинна відкинути ілюзію про мігрантів як про тимчасовий ресурс. Європейський досвід кричить, що немає нічого більш постійного, ніж тимчасові робітники. Натомість варто звернутися до успішних прикладів управління, зокрема канадської бальної системи (point system), яка спирається на жорсткий кваліфікаційний відбір та врахування абсорбційної здатності приймаючого суспільства (DeVoretz & Laryea, 1999, p. 1).

Проте європейський історичний досвід суворо застерігає: бездумна гонитва виключно за економічною вигодою та дешевою робочою силою, без урахування культурних, соціальних та інтеграційних особливостей мігрантів, веде до фатальних наслідків. Європейські держави, намагаючись швидко задовольнити дефіцит кадрів, припустилися стратегічної помилки. Відсутність продуманої політики культурної сумісності призвела до утворення ізольованих етнічних каст, формування криміналізованих гетто, появи «паралельних суспільств» та маргіналізації других і третіх поколінь мігрантів.

З огляду на необхідність збалансувати економічну потребу в робочій силі з вимогами соціальної єдності, стратегія має базуватися на трьох ключових принципах:

Громадянська інтеграція замість крайнощів. Відмова від радикальної асиміляції та безконтрольного мультикультуралізму. Мігрантам гарантується повага до приватної ідентичності, але висувуються жорсткі вимоги до публічної соціалізації: обов'язкове вивчення української мови, прийняття місцевих законів та світського устрою.

Вектор на постійність (відмова від ілюзії «гастарбайтерів»). Держава повинна з першого дня ставитися до легальних трудових мігрантів як до майбутніх громадян, інвестуючи у мовні курси, освітню інклюзію дітей та програми антидискримінаційної взаємодії з корінним населенням.

Прагматичний кваліфікаційний відбір. Запровадження транспарентної бальної системи (за зразком Канади), де головними критеріями є професійна компетенція, наявність пропозиції від роботодавця, молодий вік та здатність до культурної адаптації в українському суспільстві.

Лише системне управління цими процесами, де економічна доцільність жорстко збалансована з вимогами громадянської асиміляції та культурної адаптивності, дозволить Україні перетворити імміграцію із загрози національній згуртованості на драйвер повоєнного демографічного та економічного відновлення.

ЛІТЕРАТУРА

- Даниленко, Т. (2025, 13 жовтня). Мій песимістичний прогноз: нас залишиться 10 мільйонів – президент KSE про вимивання мізків з України та демографічні виклики. *Українська правда*.
<https://www.pravda.com.ua/articles/2025/10/13/8002448/>
- Київський міжнародний інститут соціології. (2024, 29 січня). *Ставлення українців до різних етнічних груп (шкала Богардуса)*.
<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1364&page=1>
- Мерещук, В. (2025, 11 лютого). Елла Лібанова: «Дай боже, щоб третина емігрантів повернулася. Кожен місяць війни зменшує цю цифру». *LB.ua*.
https://lb.ua/news/2025/02/11/659943_ella_libanova_day_bozhe_shchob_tretina.htm
- Соціологічна група «Рейтинг». (2025). *Ставлення українців до міграції (підсумки 2025 року)*. <https://www.ratinggroup.ua/news/eoy-2025-migr>
- Castles, S., de Haas, H., & Miller, M. J. (2013). *The age of migration: International population movements in the modern world* (5th ed.). Palgrave Macmillan.
[https://sistem.nevsehir.edu.tr/bizdosyalar/f648ff93fe52d7f37e9cfe7cbb6bd7a5/The%20Age%20of%20Migration%20International%20Population%20Movements%20in%20the%20Modern%20World%20\(Stephen%20Castles%20Hein%20de%20Haas%20Mark%20J.%20Miller\).pdf](https://sistem.nevsehir.edu.tr/bizdosyalar/f648ff93fe52d7f37e9cfe7cbb6bd7a5/The%20Age%20of%20Migration%20International%20Population%20Movements%20in%20the%20Modern%20World%20(Stephen%20Castles%20Hein%20de%20Haas%20Mark%20J.%20Miller).pdf)
- Danzer, A. M., & Yaman, F. (2012). *Do ethnic enclaves impede immigrants' integration? Evidence from a quasi-experimental social-interaction approach* (Discussion Paper No. 519). DIW Berlin.
https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.413311.de/diw_sp0519.pdf
- DeVoretz, D. J., & Laryea, S. A. (1999). *Canadian immigration experience: Any lessons for Europe?* (IZA Discussion Paper No. 59). Institute for the Study of Labor (IZA).
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/20894/1/dp59.pdf>
- Elise, S., & Moose, C. (2025). Race relations cycle. *EBSCO Research Starters*.
<https://www.ebsco.com/research-starters/history/race-relations-cycle>
- Hay, W. A. (2004). Is there still a West? (A conference report). *American Diplomacy*, 9(2).
https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/ad/ad_v9_2/haw01.html
- Koopmans, R. (2010). Trade-offs between equality and difference: Immigrant integration, multiculturalism and the welfare state in cross-national perspective. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 36(1), 1–26.

- <http://pscourses.ucsd.edu/ps108/9%20Immigration%20Integration%20CP/Koopmans%202010-%20Trade-Offs%20between%20equality%20and%20difference.pdf>
- Rieder, M. (2013). Gastarbeiter (guest workers). *Historisches Lexikon Bayerns*.
[https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/EN:Gastarbeiter_\(guest_workers\)](https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/EN:Gastarbeiter_(guest_workers))
- Soleil, J. N. (2022). Integrated or excluded: The effects of French integration policies on immigrant communities from 2000 to 2020. *Claremont-UC Undergraduate Research Conference on the European Union, 2022*(1), 93–111.
<https://doi.org/10.5642/urceu.DKIZ3846>
- WZB. (2013, December 9). *Islamic fundamentalism is widely spread*. Berlin Social Science Center. <https://www.wzb.eu/en/press-release/islamic-fundamentalism-is-widely-spread>
- YouGov. (2025, December 16). *What do Europeans think about immigration?*
<https://yougov.com/en-gb/articles/53744-what-do-europeans-think-about-immigration>

Єрган Анастасія¹

Email: anastasiia.yerhan@knu.ua

<http://doi.org/10.5281/zenodo.20707488>

Теоретико-методологічні виклики дослідження добробуту осіб з досвідом повторного внутрішнього переміщення

Шевченківська весна – 2026:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 16 квітня 2026 року). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2026. – 157 с.

Внаслідок триваючої війни рф проти України з 2014 р. частина українського суспільства опинилася перед драматичними викликами вимушеного переміщення. Але подібна ситуація повторного або неодноразового вимушеного переміщення (після подій 2014 та 2022 рр.) цієї групи людей з унікальним досвідом травматизації часто залишається без належної уваги дослідників та держави. Такий досвід важко повноцінно описати в межах стандартних методологічних підходів до вивчення міграції. Традиційні моделі соціальної державної політики часто спираються на лінійне розуміння переміщення, незважаючи на накопичувальний ефект від подвійної втрати соціальних зв'язків, майна, психологічної опори.

Наукова проблема дослідження такої групи осіб полягає у наявному розриві між реальними методологічними і теоретичними викликами при вивченні добробуту категорії «Двічі ВПО» та об'єктивними показниками державної статистики та наявними теоретичними знаннями про цю групу. Наявна недостатність як теоретичного розуміння підходів до вивчення добробуту «двічі ВПО», так і емпіричних засобів робить цю дослідницьку проблему актуальною як ніколи. Постає потреба в теоретичному обґрунтуванні застосування якісної методології (ГІ), яка дозволить всебічно підійти і глибоко розкрити аспекти з боку суб'єктивного досвіду таких осіб, що неможливо зробити виключно кількісними методами.

Для досягнення поставленої мети варто сфокусуватися на визначенні наявних методологічних обмежень, яким чином вони заважають фіксувати реальний стан добробуту двічі ВПО, а також яким чином травма подвійного переміщення впливає на цінності людини.

Теоретична рамка дослідження: капітал, цінності та травма

1. Як впливає втрата економічного та соціального капіталу на формування культурного

Для кращого розуміння того, як формується добробут осіб із досвідом подвійного вигнання, варто звернути увагу на теоретичні підвалини, які дозволяють вийти за межі виключно економічних показників і розглянути людину як суб'єкта, що постійно відновлює свої ресурси. З цієї перспективи, концепція різних форм капіталу П'єра Бурдьє (Бурдьє, 1983) надає комплексне бачення взаємодії та конвертації ресурсів (капітал ми можемо

¹ Студентка бакалаврату, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

зрозуміти як сукупність економічних, соціальних та культурних активів). У випадку «двічі ВПО» можна спостерігати процес повторюваної втрати економічного капіталу — житла, заощаджень та майна, які люди з великими зусиллями вже один раз відновлювали після 2014 року. Соціальний капітал, що включає зв'язки з друзями, сусідами та професійним середовищем, також страждає, адже кожне нове переміщення фактично обнуляє ці зв'язки, змушуючи людину щоразу розпочинати інтеграцію в середовище з нуля.

Особливу увагу хочу приділити гіпотезі, яка базується на вищезазначеній теорії. Варто зробити припущення, що через подвійну втрату всього матеріального (економічний капітал), двічі ВПО свідомо чи підсвідомо можуть починати сприймати надбання культурного та соціального капіталу як такого, що має більшу цінність. Отримання освіти, здобуття професійних навичок, розвиток мистецьких здібностей — є тим, що фактично неможливо відібрати (на противагу статкам та статусу), та можна вільно перевозити «в своїй голові» між містами та країнами.

2. Ціннісна регресія за Р. Інглгартом та концепція культурної травми за Дж. Александером

Доповнити теоретичне розуміння проблеми дослідження добробуту двічі ВПО може концептуалізація ціннісної трансформації Р. Інглгарта (Інглгарт, 2000). У випадку двічі ВПО спостерігаємо цікавий парадокс: зазвичай економічний розвиток суспільства передбачає поступовий перехід від того, що головною цінністю особи є виживання і закриття базових потреб до цінності самовираження, проте у випадку подвійної втрати всього набутого виникає гостра потреба у знаходженні можливості закриття базових потреб, таких як прихисток та їжа. Добробут для таких осіб знову починає характеризуватися насамперед наявністю доступу до базових потреб — їжі, сну, місця для сну, засобів особистої гігієни, одягу. Про емоційний добробут сказати важче, це вже, переважно, питання до колег-психологів.

Таким чином створюється ситуація, коли людина, яка прагне до самореалізації та отримання визнання, опиняється у становищі, коли вимушена фокусуватися на елементарному виживанні. Саме цей розрив між високими духовними прагненнями та примусовим поверненням до стану виживання створює сильний додатковий негативний ефект на особу.

Також варто згадати у контексті теоретичної бази дослідження концепцію культурної травми, розроблену Джеффри Александером (Alexander, 2004) та Пйотром Штомпкою (Штомпка, 1996). Соціолога має цікавити не тільки індивідуальні переживання ВПО, але і загальний ефект на всю групу. Така особлива травма, як подвійне вимушене переміщення, не може не мати глибокого, довготривалого негативного ефекту на групу та її місце у суспільстві. Цей ефект також може посилюватися відчуттям «інституційної невидимості», за якої державні системи не фіксують належним чином історію про перше переміщення, стираючи частину життя людини з офіційних реєстрів. Таке ігнорування специфіки досвіду двічі ВПО може призводити до формування стійкої недовіри до інституцій у всієї групи.

Типізація та методологічні обмеження у визначенні «ДВІЧІ ВПО»

1. Визначення поняття та проблема множинності варіацій переміщення

Переходячи від теорії до практики, основним завданням є правильно описати об'єкт дослідження. Відштовхуючись від юридичного визначення, «ВПО» — це внутрішньо переміщена особа, тобто така, яка внаслідок переміщення офіційно отримала відповідний статус. Проблематика цього визначення починається тоді, коли ми задаємося питанням: «Хто отримав цей статус?» і виявимося правими, якщо припустимо, що не всіх, у кого є цей статус двічі, можна включати в дослідження. Відповідь досить проста, але може бути неочевидною: велика кількість людей, яка проживала на території населених пунктів, які опинилися у списку тих, виїзд з яких гарантував вам отримання статусу ВПО та доступ до виплат, спеціально їхала в інші міста, оформлювала там виплати і поверталася додому (навіть в окупацію). Таким чином, наявність офіційного статусу ще не означає, що у людини реально був досвід переселення.

Основна складність саме типізації цієї групи полягає в тому, що варіації переміщень після 2014 р. та 2022 р. фактично перемножуються, що створює величезну роздрібненість цієї групи. Це релевантно до дослідження, бо досвід людей, які переїхали локально (напр. з Донецька до Харкова), та людей, які переїхали в зовсім інший регіон (Схід-Захід), буде кардинально різнитися. Кожна така комбінація вимагає уваги, але у рамках маленького дослідження опитати осіб з кожної такої підгрупи не є можливим.

Тому, на основі наявних матеріалів (Міжнародна організація з міграції, 2024) я виокремила три найбільш широкі підгрупи: 1) локально переміщені особи, які у 2014 році виїхали з окупованих територій у міста свого ж регіону (наприклад, із Донецька до Маріуполя), а у 2022 році були змушені тікати вдруге, зазвичай до Дніпра або області; 2) міжрегіонально переміщені особи, наприклад, переїзд зі Сходу на Захід України у два етапи: Донецьк-Київ-Львів; 3) особи з досвідом зовнішньої міграції, що включає тих, які повернулися в Україну між двома вторгненнями, або тих, хто виїхав за кордон після 2022 року.

Остання підгрупа може викликати сумніви щодо доцільності її включення, бо переміщення було не тільки внутрішнім (за визначенням ВПО). Хоча в дослідницьких цілях ця група є важливою, бо (гіпотетично) може демонструвати найбільший рівень руйнування соціальних та економічних зв'язків.

2. Виклики вибірки та репрезентативності

Така роздрібненість типів є перешкодою на шляху формування вибірки для проведення кількісних досліджень. Головним викликом стає фактична неможливість побудувати репрезентативну вибірку через малочисельність кожної окремої підгрупи за територіальним поділом. Це робить недоцільною побудову репрезентативного кількісного дослідження, оскільки я не можу

гарантувати рівномірне представлення кожної комбінації переміщень на загальному фоні даних.

Окрім цього, можливість провести дослідження серед і так важкодоступної групи додатково ускладнюється відсутністю єдиного державного реєстру ВПО, хоча технічно це можна було зробити до того, як фізичні реєстри значною мірою були знищені у східних областях.

ВИСНОВКИ

Таким чином, дослідження такої групи людей, як «двічі ВПО», є вкрай актуальним не тільки для України в стані війни (і супутніх проблем, пов'язаних з демографічною та економічною кризою), але й для повоєнного відновлення нашої держави, в якій немаленька частина людей пережила вкрай травматичний досвід, водночас знайшовши нематеріальні ресурси фактично почати життя «з нового аркуша». Аналіз трансформації цінностей та екзистенційних потреб «двічі ВПО» дозволяє зробити видимою велику групу людей, яка має враховуватися в сучасних соціологічних дослідженнях. Визначення проблем і потреб кожної великої частини вимушено переміщених осіб дозволить зробити адресною та актуальною допомогу таким людям, а також врахувати помилки в політиці допомоги та адаптації «ВПО» та «Двічі ВПО». Методологічні обмеження дослідження неодноразово вимушено переміщених осіб стикаються з проблемою фіксації і реєстрації таких людей в будь-яких базах, що не лише ускладнює пошук респондентів, узагальнює різний досвід переміщення та адаптації, але й призводить до проблем з репрезентативністю подальших досліджень. Саме тому перспективним, але досить непростим напрямком дослідження «двічі ВПО» є пошук респондентів методом «снігової кулі» і проведення глибинних інтерв'ю з врахуванням в інструментарії сенситивності багатьох тем та питань. Така методологія забезпечить збір даних, які дозволять глибоко проаналізувати думки та життєві траєкторії осіб, які зазнали подвійної травми вимушеного переміщення і дозволить повноцінно знайти не тільки відповіді на дослідницькі питання, а й допоможе у розвитку методів дослідження складних випадків міграції для наступних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Бурдьє, П. (1983). *Forms of capital: General sociology, Volume 3: Lectures at the Collège de France 1983–84*.
- Інгларт, Р. (2000). *Модернізація та постмодернізація: культурні, економічні та політичні зміни у 43 країнах* (пер. з англ.). Основи.
- Міжнародна організація з міграції. (2024). *Звіт про внутрішнє переміщення в Україні. Раунд 17*. <https://ukraine.iom.int/uk/resources/zvit-pro-vnutrishnie-peremischennya-v-ukraini>
- Штомпка, П. (1996). *Соціологія соціальних змін* (пер. з англ.). Либідь.
- Alexander, J. C. (2004). Cultural trauma and collective identity. In J. C. Alexander (Ed.), *Cultural trauma and collective identity* (pp. 5–40). University of California Press.

**СКЛАД
ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,
АСПІРАНТІВ І МОЛОДИХ УЧЕНИХ
«ШЕВЧЕНКІВСЬКА ВЕСНА – 2026 (СОЦІОЛОГІЯ)»**

Відповідальний за конференцію – **Артемій Дейнека**, заступник декана факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Голова оргкомітету – **Анастасія Фіщук**, голова Наукового товариства студентів факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Заступниця голови оргкомітету – **Марта Нечипоренко**, ексголова Наукового товариства студентів факультету соціології, студентка бакалаврату факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Члени та членкині оргкомітету:

Марія Ладинська – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Тетяна Костенко – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Марія Джус – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Яна Жидецька – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Дарина Гавриленко – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Ніка Коробіцина – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Анна Сіденко – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Марія Дузь – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології;

Марія Смаглій – членкиня Наукового товариства студентів факультету соціології.

Наукове видання

«Шевченківська весна – 2026»:
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
студентів, аспірантів і
молодих учених «Шевченківська весна – 2026 (соціологія)»
(16 квітня 2026 року, м. Київ)

Редактори:

к. соц. н. Геннадій Черних,
к. соц. н. Анна Тащенко,
к. соц. н. Євгенія Мороз.

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. E-mail: MuseTess@gmail.com

Підписано до публікації 07.09.2026 р.

Свідоцтво ДК 5941 від 11.01.2018 р.

Видавництво «Наукова столиця»

ДРУК НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

www.science.org.ua