МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

МИШОК РОМАНА РОМАНІВНА

УДК 316.62:004.77-053.81

ДИСЕРТАЦІЯ

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНА ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКА МОЛОДІ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Спеціальність: 054 – Соціологія
Галузь знань: 05 – Соціальні та поведінкові науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____/ Романа МИШОК /

Науковий керівник: **Климанська Лариса Дмитрівна,** доктор політичних наук, професор

Львів – 2023

АНОТАЦІЯ

Мишок Р. Р. Соціально-політична інтернет-поведінка молоді як чинник розвитку громадянського суспільства в Україні. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 054 «Соціологія». – Національний університет «Львівська політехніка», Львів, 2023.

Дисертація присвячена теоретичному та емпіричному аналізу питання використання інтернет-технологій у соціально-політичному житті українського суспільства, а також визначенню та поясненню особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки молоді як чинника розвитку громадянського суспільства в Україні.

Наукова новизна та теоретичне значення дослідження полягають у тому, що *вперше* розроблено концепт «соціально-політична інтернет-поведінка» – соціальна поведінка онлайн, яка, залежно від її форми, є засобом впливу на соціально-політичні проблеми в суспільстві й може забезпечувати його зміни та поступ. Уточнено концепт «соціально-політична інтернет-технологія», яка визначається як система послідовних дій, що проявляються за підтримки сучасних інформаційно-комунікативних технологій (інтернет) та сприяють або допомагають досягненню певних соціально-політичних результатів. Застосовано інституційний підхід до пояснення електронної демократії в Україні, за логікою якого соціально-політичні інтернет-технології становлять інструменти, що об’єднуються в інституті електронної демократії, який на вищому рівні є одним із компонентів інституції демократії та забезпечує її трансформацію відповідно до умов сучасного інформаційного суспільства. Запропоновано тривимірну ситуативну модель соціально-політичної інтернет-поведінки, в основі якої покладено три показники: орієнтованість онлайн-практик (особливості цілей поведінки), їхня інтенсивність (частота та регулярність) та продуктивність (споживання чи творення контенту). Здійснено емпіричну верифікацію тривимірної ситуативної моделі, за

допомогою якої було визначено специфіку соціально-політичної інтернет-поведінки студентської молоді у перші пів року війни. Виявлено, що типи соціально-політичної інтернет-поведінки студентів диференціюються диспозиціями, рівнем капіталів та специфікою середовища перебування.

Удосконалено глосарій в межах тематики та проблематики розвитку громадянського суспільства через впровадження в науковий дискурс терміну «соціально-політична інтернет-поведінка» та уточнення поняття «соціально-політична інтернет-технологія». Також було удосконалено класифікацію типів соціально-політичної інтернет-поведінки шляхом включення в дихотомічну схему «активність-пасивність» проміжного поняття «слактивізм».

Подальшого розвитку набули розмежування, зіставлення та систематизація рівнів (високий, середній, низький), видів (індивідуальна, колективна, масова), форм (використання різних соціально-політичних інтернет-технологій) та типів (активність, пасивність, слактивізм) соціально-політичної інтернет-поведінки; концепти формалізованої та неформалізованої соціально-громадської інтернет-поведінки (Н. Бойко); питання ризиків, викликів та проблем, пов’язаних з активними процесами діджиталізації в українському суспільстві та шляхів їх регулювання.

Практичне значення дисертаційного дослідження полягає у тому, що його результати та висновки можуть бути використані для подальшого вивчення та теоретичного дослідження проблем застосування сучасних інтернет-технологій у соціально-політичній сфері, а також для практичного застосування у процесах демократизації та розвитку громадянського суспільства. Зокрема, отримані результати можуть бути корисні в практиці державного управління, діяльності громадських організацій, які займаються розробкою та реалізацією програм електронної взаємодії держави з громадськістю. Вони можуть сприяти поліпшенню державної соціальної політики в Україні, зокрема, при створенні стратегічних програм діджиталізації суспільства, електронного урядування та вдосконаленні механізмів оцінки результативності процесів електронної демократизації.

Результати дослідження також можуть бути корисні фахівцям різних галузей (політикам, журналістам, дослідникам, громадським діячам) при підготовці та проведенні інформаційних кампаній стосовно актуальних соціально-політичних проблем. Крім того, результати дослідження можуть бути використані в підготовці фахівців соціологічного напряму, що дозволить покращити якість викладання дисциплін, програма яких уміщає в собі тематику та проблематику використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій у різних сферах суспільної життєдіяльності.

У першому розділі дисертаційного дослідження розглянуто теоретичні засади вивчення соціально-політичної інтернет-поведінки. В межах цього розділу було з'ясовано та описано специфіку підходів низки соціогуманітарних наук (філософії, економічної теорії, психології, політології) до розуміння інтернет-поведінки у соціально-політичній сфері, а також виокремлено особливості соціологічного підходу до розуміння поняття соціальної поведінки та на його основі визначено й операціоналізовано концепт соціально-політичної інтернет-поведінки. Завдяки проведеному аналізу було здійснено теоретичне моделювання соціально-політичної інтернет-поведінки, що дозволило виокремити низку чинників, які потенційно відіграють роль при реалізації молоддю певних поведінкових практик в інтернеті соціально-політичного спрямування: габітус, який людина формує в процесі дорослішання, соціалізації, навчання; наявність капіталів; середовище.

Другий розділ було присвячено визначенню та аналізу соціально-політичних інтернет-технологій, завдяки яким відбувається реалізація інтернет-поведінки українськими громадянами. Визначено, що це поняття охоплює соціальні аспекти технології, тобто способи поведінки людини у віртуальному середовищі, взаємодії з іншими користувачами, що формують соціальні відносини та практики; політичний вимір технологій – вплив на думки, поведінку людей та управління державними процесами; використання

засобів та інструментів для створення, поширення, збереження, обміну та управління інформацією в інтернеті (інформаційно-комунікативний підхід).

У третьому розділі дисертаційного дослідження визначено роль соціально-політичної інтернет-поведінки у формуванні громадянського суспільства в Україні. В контексті тлумачення поняття громадянського суспільства було з'ясовано, що це комплексний феномен, який володіє соціокультурними та соціально-політичними характеристиками і для ефективного функціонування якого є необхідними соціальні інституції, сформована громадянська культура та соціальні практики громадян, до яких належить й соціально-політична інтернет-поведінка. Зважаючи на це, було визначено, що віртуальна поведінка українських громадян сприяє поступу громадянського суспільства.

Четвертий розділ дисертації стосується емпіричного аналізу ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у формуванні громадянського суспільства в Україні. Під час вторинного аналізу емпіричних даних виявлено брак глибинних досліджень соціально-політичної інтернет-поведінки та причин її проявів (відсутності проявів). Дані наявних актуальних соціологічних опитувань дозволили зробити висновок, що у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії в Україну, відбулася якісна та кількісна зміна віртуальних практик українських громадян, зокрема молоді. Під час здійснення емпіричної верифікації концептуальної моделі на прикладі студентської молоді Національного університету «Львівська політехніка» було виявлено позитивні та негативні тенденції у проявах віртуальних практик соціально-політичного спрямування, а також причини існування таких тенденцій. З'ясовано, що для реалізації активної соціально-політичної інтернет-поведінки необхідним є наявність високого рівня економічного, культурного та соціального капіталів, якого у більшості опитаних студентів було виявлено недостатньо. У зв'язку з цим було вироблено низку рекомендацій задля регулювання проблем, пов'язаних з соціально-політичною інтернет-поведінкою. Попри існування викликів та бар'єрів на шляху

інституціалізації соціально-політичних інтернет-технологій в українському суспільстві, було зазначено, що підвищення активності у базових практиках віртуальної поведінки (зацікавлене споживання соціально-політичної інформації) разом з попитом на державні електронні послуги є позитивними тенденціями, оскільки вони сприяють поінформованості та включеності молоді у соціально-політичний контекст, що допомагає розвивати громадянську свідомість, критичне мислення, а також готовність до проявів інших форм соціально-політичної поведінки онлайн і офлайн задля вирішення соціальних проблем, що, своєю чергою, сприяє розвитку громадянського суспільства.

Ключові слова: користувач інтернету, молодь, соціальні мережі, соціально-політична інтернет-поведінка, соціально-політична інтернет-технологія, інформаційне суспільство, електронна демократія, громадянське суспільство, громадянська освіта, громадянська культура, громадська думка, соціальна інституція, дезінформація, інформаційна війна, кібербезпека.

ABSTRACT

Myshok R.R. Socio-political Internet behavior of young people as a factor in the development of civil society in Ukraine. – Qualifying research paper as a manuscript.

The thesis for the Degree of Doctor of Philosophy in the specialty 054 "Sociology". – Lviv Polytechnic National University, Lviv, 2023.

The thesis is devoted to the theoretical and empirical analysis of the use of Internet technologies in the socio-political life of Ukrainian society, as well as to the definition and explanation of the features of the socio-political Internet behavior of young people as a factor in the development of civil society in Ukraine.

The scientific novelty and theoretical value of the study is that the concept of "socio-political Internet behavior" – social behavior online, which, depending on its form, has a certain impact on the regulation of socio-political issues in society and can ensure its changes and progress – was developed *for the first time*. The concept of "social-political Internet technology" has been clarified, which is defined as a system of sequential actions carried out with the support of state-of-the-art information and communication technologies (the Internet), which contribute to or help to achieve certain socio-political results. An institutional approach to explain e-democracy in Ukraine has been applied, according to the logic of which socio-political Internet technologies are tools that are combined in the institution of e-democracy, which at the highest level is one of the components of the institution of democracy and ensures its transformation in accordance with the conditions of modern information society. A three-dimensional situational model of socio-political Internet behavior has been proposed. It is based on three indicators: the focus of online practices (features of behavioral goals), their intensity (frequency and regularity), and performance (consumption or creation of content). An empirical verification of the three-dimensional situational model was carried out, with the help of which the specifics of the socio-political Internet behavior of student youth in the first six months of the war were determined. It has been established that the types of

socio-political Internet behavior of students are differentiated by dispositions, level of capital and specifics of the living environment.

The glossary *has been improved* within the scope of the topics and the range of issues of the development of civil society through the introduction of the term "socio-political Internet behavior" into the scientific discourse and the clarification of the concept of "socio-political Internet technology". The classification of types of socio-political Internet behavior was also improved by including the intermediate concept of "slacktivism" in the dichotomous "activity-passivity" scheme.

The differentiation, comparison and systematization of levels (high, medium or low), kinds (individual, collective, mass), forms (use of various socio-political Internet technologies) and types (activity, passivity, slacktivism) of the socio-political Internet behavior; the concepts of formalized and non-formalized social and public Internet behavior (N. Boiko); issues of risks, challenges and problems associated with active digitalization processes in Ukrainian society and ways to regulate them gained *further development*.

The *practical importance* of the dissertation research is that its results and conclusions can be used for further study and theoretical research of the problems of using state-of-the-art Internet technologies in the socio-political sphere, as well as for practical application in the processes of democratization and development of civil society. In particular, the obtained results can be useful in the practice of state administration, activities of public organizations that deal with the development and implementation of programs for electronic interaction of the state with the public. They can contribute to the improvement of state social policy in Ukraine, in particular, when creating strategic programs for digitalization of society, e-governance and improvement of mechanisms for evaluating the effectiveness of e-democratization processes. Moreover, the results of the research can be useful to various specialists (politicians, journalists, researchers, public figures) when preparing and conducting information campaigns on current socio-political challenges. In addition, the research results can be used to train sociology specialists, which will improve the quality of teaching disciplines, the program of which

includes the topics and the range of issues of using up-to-date information and communication technologies in various areas of social life.

In the first chapter of the thesis, we have considered the theoretical foundations for studying socio-political Internet behavior. Within this section, the specifics of the approaches of several social and humanitarian sciences (philosophy, economic theory, psychology, political science) to the understanding of Internet behavior in the socio-political area were clarified and described, as well as the features of the sociological approach to the understanding of the concept of social behavior were singled out, and, on its basis, the concept of socio-political Internet behavior was defined and operationalized. Due to the conducted analysis, a theoretical simulation of socio-political Internet behavior was carried out, which made it possible to identify a number of factors that potentially play a role in the implementation of certain behavioral socio-political practices by young people on the Internet: the habitus that a person forms in the process of growing up, socialization, learning; availability of capital; the environment.

The second chapter was devoted to the definition and analysis of socio-political Internet technologies, thanks to which Ukrainian citizens implement Internet behavior. It was determined that this concept covers social aspects of technology, that is, the ways of human behavior in a virtual environment, interaction with other users that form social relations and practices; the political dimension of technologies – the impact on thoughts, behavior of people and management of state processes; use of means and tools for creating, distributing, storing, exchanging and managing information on the Internet (informational and communicative approach).

The third chapter of the dissertation research defines the role of socio-political Internet behavior in the formation of civil society in Ukraine. In the context of the interpretation of the concept of civil society, it was found that it is a complex phenomenon with socio-cultural and socio-political characteristics, and the effective functioning of which requires the availability social institutions, a formed civil culture and social practices of citizens, including the socio-political Internet-

behavior. Considering this approach, it was determined that the virtual behavior of Ukrainian citizens contributes to the progress of civil society.

The fourth chapter of the thesis deals with an empirical analysis of the role of socio-political Internet behavior in the formation of civil society in Ukraine. A secondary analysis of empirical data revealed a lack of in-depth research into socio-political Internet behavior and the reasons for its manifestations (lack of manifestations). The data of existing sociological surveys led to the conclusion that in connection with the full-scale invasion of russia into Ukraine, there was a qualitative and quantitative change in the virtual practices of Ukrainian citizens, in particular young people. During the empirical verification of the conceptual model on the example of student youth of the Lviv Polytechnic National University, positive and negative trends in the manifestations of virtual practices of socio-political orientation were revealed, as well as the reasons for the existence of such trends. It was found that for the manifestations of active socio-political Internet behavior, it is necessary to have a high level of economic, cultural and social capital, which was not enough for the majority of the interviewed students. In this regard, a number of recommendations were developed to regulate problems related to socio-political Internet behavior. Despite the existence of challenges and barriers on the way to the institutionalization of socio-political Internet technologies in Ukrainian society, it was noted that the increase in activity in the basic practices of virtual behavior (interested consumption of socio-political information) together with the demand for public electronic services are positive trends, since they contribute to the awareness and inclusion of young people in the socio-political context, which helps to develop civic consciousness, critical thinking, as well as willingness to manifest other forms of socio-political behavior online and offline to solve social problems, which, in turn, contributes to the development of civil society.

Keywords: internet user, youth, social networks, socio-political Internet behavior, socio-political Internet technology, information society, e-democracy, civil society, civic education, civic culture, public opinion, social institution, misinformation, informational war, cyber security

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Савка, В. Є., & Мишок, Р. Р. (2018). Електронна демократія в Україні: інституційний аналіз. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, 41, 35–41.

2. Мишок, Р. Р. (2019). Громадянська інтернет-поведінка львівської студентської молоді: спроба визначення і класифікації. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського». Політологія. Соціологія. Право*, 3 (43), 104-110.

3. Мишок, Р. Р. (2020). Комплексний підхід до визначення поняття «соціальний портрет інтернет-користувача». *Габітус*, 19, 15-20. https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.19.2

4. Мишок, Р. Р. (2022). Фейки в середовищі учнівської молоді (на прикладі м. Львова). *Перспективи. Соціально-політичний журнал*, 1, 147–155. https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2022.1.20

5. Мишок, Р. Р. (2022). Соціально-політична інтернет-поведінка у структурі сучасних українських інтернет-практик. Актуальні проблеми філософії та соціології, 37, 153–157. https://doi.org/10.32782/apfs.v037.2022.25

6. Мишок, Р. Р. (2022b) Феномен українського піратства у розрізі соціально-політичної інтернет-поведінки. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 39, 113–119. https://doi.org/10.32782/apfs.v039.2022.19

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Мишок, Р. Р. & Школяр, М. В. (2016). Маніпулятивні технології у сучасному українському політичному дискурсі. *Соціологія – соціальна робота – регулювання соціальних проблем:* Матеріали VI Всеукраїнської конференції молодих науковців. 21-22 квітня 2016 року. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 96-101.

8. Мишок, Р. Р. (2018). Інструменти електронної демократії в Україні**.** *76 студентська науково-технічна конференція*: Збірник тез доповідей. Львів: НУ «ЛП» , 270-273.

9. Мишок, Р. (2021). Особливості інтернет-поведінки користувачів включених до соціальної структури віртуальної спільноти. *Соціологія у (пост)сучасності.* Збірник тез доповідей XIX Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених (м. Харків, 18-19 березня 2021 р.), Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 82-83.

10. Мишок, Р. (2020a). Політичний відеоблогінг як соціально-політична інтернет-поведінка. *Соціологія – соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем:* Матеріали X Міжнародної наукової конференції. 14-15 травня 2020 року, Львів, 38-41.

11. Мишок, Р. Р. (2021). Формування та роль Інтернет-мемів в українському суспільстві. *Соціологія, соціальна робота та соціальне забезпечення: сучасні практики соціального регулювання*: збірник наукових праць викладачів, аспірантів та студентів кафедри соціології та соціальної роботи Національного університету «Львівська політехніка», Львів, 58–62.

12. Myshok, R., & Klymanska, L. (2021). Slacktivism as a form of socio-political Internet behavior: an empirical dimension. Proceedings of the VII International research & training conference «*Public health – social, educational and psychological dimensions*» (Lublin, Poland, 17 July 2021): Lublin, 47-48.

13. Мишок, Р. Р. (2022). Онлайн-волонтерство як форма соціально-політичної інтернет-поведінки. *Актуальні дослідження в соціальній сфері*: матеріали дев'ятнадцятої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 17 травня 2022 р.), Одеса: ФОП Бондаренко М. О., 63-65.

14. Мишок, Р. (2022). Хакерство як практика соціально-політичної інтернет-поведінки. *Соціологія – Соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем* (Львів, 9–10 червня 2022 р.): збірник матеріалів XII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 54-57.

15. Мишок, Р. Р. (2023). Інформаційне шахрайство як виклик для громадянського суспільства в Україні. Соціологія – Соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем (Львів, 18–19 травня 2023 р.): збірник матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 68-72.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

16. Мишок, Р. Р., & Климанська, Л. Д. (2020a). Роль громадянської освіти у реалізації соціально-політичної інтернет-поведінки української молоді. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 8 (39), 231, 75–78. https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-231VIII39-17

17. Мишок, Р. Р., & Климанська Л. Д. (2020b). Неолуддизм як бар'єр для розвитку громадянського суспільства в Україні. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*, 8 (36), 2, 94–102. https://doi.org/10.51647/kelm.2020.8.2.15

18. Мишок, Р., & Климанська, Л. (2021). Слактивізм в українських інтернет практиках. В *Development of scientific, technological and innovation space in Ukraine and EU countries* (3rd ed, с. 263–292). Riga, Latvia: Publishing House "Baltija Publishing". https://doi.org/10.30525/978-9934-26-151-0-42

19. Klymanska, L. D., Klimanska, M. B., Herasym, H. Z., Savka, V. Ye., Andreichuk, S. K., & Myshok, R. R. (2022). Historical and contemporary contexts of alcohol consumption in modern ukraine. *Wiadomości Lekarskie*, *75*(8), 1908–1913. https://doi.org/10.36740/WLek202208116

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ 16

ВСТУП 17

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ 30

1.1. Інтернет-поведінка як об'єкт аналізу в соціогуманітарних науках 30

1.2. Трактування соціально-політичної інтернет-поведінки в соціології 43

1.3. Соціологічне моделювання дослідження інтернет-поведінки в межах структуралістського конструктивізму П. Бурдьє 68

Висновки до першого розділу 75

РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ УКРАЇНСЬКОЮ МОЛОДДЮ 78

2.1. Поняття соціально-політичної інтернет-технології 78

2.2. Види соціально-політичних інтернет-технологій для здійснення українською молоддю соціально-політичної інтернет-поведінки 96

2.3. Виклики та перешкоди на шляху інституціалізації соціально-політичних інтернет-технологій в українському суспільстві 111

Висновки до другого розділу 121

РОЗДІЛ 3. РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ 124

3.1. Громадянське суспільство: шляхи розвитку 124

3.2. Соціально-політична інтернет-поведінка молоді як елемент процесу розвитку громадянського суспільства в Україні 135

3.3. Роль громадянської освіти у здійсненні соціально-політичної інтернет-поведінки української молоді 151

Висновки до третього розділу 162

РОЗДІЛ 4. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ РОЛІ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ 165

4.1. Вторинний аналіз емпіричних досліджень, пов'язаних з вивченням ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у формуванні громадянського суспільства в Україні 165

4.2. Опис, аналіз та інтерпретація результатів авторського соціологічного дослідження 182

Висновки до четвертого розділу 265

ВИСНОВКИ 267

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ 277

ДОДАТКИ 301

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

БО – благодійна організація;

ГО – громадське об’єднання;

ЄС – Європейський Союз;

ІКТ – інформаційно-комунікативні технології;

КМІС – Київський міжнародний інститут соціології;

НУ «ЛП» – Національний університет «Львівська політехніка»;

СППП – соціально-політична інтернет-поведінка;

EGDI – E-Government Development Index;

EPI – E-Participation Index;

UNDP – United Nations Development Programme;

ВСТУП

Актуальність дослідження. Зі стрімким розвитком сучасних інформаційних технологій посилюється їхній вплив на життя людини, громади, суспільства. Світові тенденції інтернет-проникнення з кожним роком зростають, охоплюючи все більшу і більшу частку світової популяції. За даними Digital Global Overview Report, у 2023 році частка світових користувачів інтернету зросла майже на 2% і складає сьогодні 64,4% від усієї популяції планети, а це понад 5 мільярдів людей онлайн (Digital 2023: Global Overview Report, 2023). Якщо колись інтернет та інші технології ніби вклинювались в життя людини, то сучасні покоління зростають в їхньому середовищі, не уявляючи життя без них. Завдяки інтернету відкрилися нові можливості для комунікації, обміну інформацією та взаємодії між людьми, що призвело до створення і розвитку нового типу культури (віртуальної), а миттєвість поширення новин та відсутність кордонів в інтернеті посприяли об’єднанню людей по цілому світу, що дозволяє спільними ресурсами займатися регулюванням актуальних загальнолюдських проблем (глобальне суспільство). Попри очевидні позитивні моменти, ще з початку існування інтернету науковці активно піддавали критиці його всебічне та надактивне застосування. Звідси випливає неоднозначне ставлення до концепції «суспільства нагляду» (М. Фуко), симулякризації людини та віртуалізації соціуму (Ж. Бодріяр), фрагментарності знань (З. Бауман). У такому глобалізованому швидкоплинному інформаційному просторі існує ризик розчинення та втрати ідентичності, й це стосується не лише окремої особистості, але й цілих суспільств. Тому, щоб не опинитись під впливом потужніших гравців, необхідно голосно й за допомогою різних каналів заявляти про свою відмінність та неподібність, чим в останні десятиліття на світовій арені займається й Україна, відмежовуючись від росії, з якою її часто асоціювали, та рухаючись в бік свого власного європейського майбутнього. Такого результату не можна було досягнути без наявного в суспільстві громадського сектору, який би не просто усвідомлював той напрямок руху, що

забезпечить існування та процвітання країни та суспільства в ній, але й декларував його, діяв задля досягнення цілей. Громадянське суспільство в Україні, зважаючи на активізацію громадян в кризових умовах, показало свою здатність впливати на соціально-політичні процеси в країні. Одначе, практика суспільно-політичного життя в країні показує, що такий рух не є постійним і тому не можна говорити про українське громадянське суспільство як про довершену конструкцію, воно скоріше перебуває на стадії свого розвитку. Цей розвиток залежить від безлічі важливих, навіть апріорних, соціальних, політичних, культурних, економічних факторів, однак в умовах зростання інформатизації та цифровізації, глобальної пандемії та війни на території країни, діджиталізація стає одним із передових напрямків, який не лише допомагає при реалізації програм розвитку, але й забезпечує функціонування усіх процесів в умовах недоступності. Громадянське суспільство перебуває у взаємозв'язку з державою, тому успішність діджиталізації, яка має сприяти подальшому розвитку суспільства загалом, здійснюється двома шляхами: активна політика держави стосовно імплементації та інституціоналізації інформаційно-комунікативних технологій у всіх сферах життєдіяльності з одного боку, а з іншого – підтримка, відсутність спротиву, а також активне використання можливостей новітніх технологій громадянами у практичній діяльності. Активна діяльність держави у цьому напрямку, попри війну, просувається та уже приносить певні плоди: концептуальні засади політики у сфері інформатизації, розвитку інформаційного суспільства та електронного урядування закріплено насамперед у низці законодавчих актів, створено необхідні електронні інструменти та, відповідно, здійснюється регулювання їхньої роботи й в цілому процесу діджиталізації, яким займається окрема структура – Міністерство цифрової трансформації. Підтвердженням досягнень держави у цьому напрямку є підвищення у 2022 році рангу України в рейтингу E-Government Development Index, де серед європейських країн Україна займає 46 позицію, що дозволило їй перемістити з групи країн з високим індексом розвитку електронного урядування до початкової групи з дуже високим рівнем

(UN E-Government Survey 2022, n. d.). Однак, у схемі взаємовідносин “держава-громадяни” є слабке місце – низька залученість громадян до державотворчих процесів. Якщо раніше будь-які практики громадянської активності потребували забагато ресурсів для громадян аномійного суспільства, то зараз різноманіття інформаційно-комунікативних технологій (не лише державних) дозволяє набагато простіше, швидше та оперативніше залучатися та відігравати свою роль практично у будь-якій сфері суспільних взаємин. До того ж такі тенденції впливають на особливості життєдіяльності людей, надаючи доступ до великого спектра практик, що раніше складно реалізовувались або ж не були доступні взагалі. В зазначеному контексті на найбільшу увагу заслуговують, ймовірно, практики інтернет-поведінки соціально-політичного спрямування, які, за даними соціологічних досліджень, досі залишаються на недостатньому рівні в нашому суспільстві, але які, з усім тим, володіють високим потенціалом для масового залучення громадян до процесів державотворення. Хоча, у зв’язку з наявністю великого числа ризиків та різнопланових проблем впровадження ІКТ у соціально-політичній сфері, науковці сьогодні доволі критично оцінюють потенціал такої поведінки. З одного боку, наголошується на ефективності застосування сучасних інформаційних технологій у соціально-політичному житті, адже використання інституціалізованих інструментів електронної демократії, миттєве отримання та поширення інформації, швидкі реакції на актуальну подію дозволяють пересічному громадянину брати участь в житті країни. З іншого боку, застосування інтернет-технологій для таких цілей створює ситуацію, в якій така інтернет-поведінка громадян не просто не вносить позитивних результатів, але й шкодить традиційним формам громадянської активності або й взагалі усьому суспільству. Через свою специфічну, неоднозначну й амбівалентну природу соціально-політична інтернет-поведінка українців, зокрема молоді, яка, власне, є ядром інтернет-аудиторії й потенційним рушієм змін, потребує комплексного дослідження, результати якого дозволять зробити певні висновки щодо її впливів на розвиток громадянського

суспільства в Україні. Окрім цього, виявлення та дослідження негативних конотацій соціально-політичної інтернет-поведінки громадян сприятиме регулюванню її проявів, що призведе до підвищення ефективності онлайн-практик як чинника становлення громадянського суспільства в Україні.

Теоретичні положення концепції громадянського суспільства наявні в працях Т. Гоббса, Дж. Локка, Ш. Монтеск'є, Т. Мора, Е. Ротердамського, Ж.-Ж. Руссо, Б. Спінози, Д. Г'юма, А. Фергюсоно, А. Сміта, А. де Токвіля, Г. Гегеля, Е. Дюркгайма, А. Грамші, та інших. Проблематика стану та розвитку сучасного громадянського суспільства, громадянських практик, ціннісних орієнтацій розглядається у працях Р. Патнема, Ю. Габермаса, Дж. Александера, Дж. Коена, Е. Арато, М. Фуко, Е. Геллнера, А. Гоулднера, Е. Гіденса, А. Турена, Ф. Фукуями тощо.

До плеяди сучасних українських вчених-соціологів, які займаються вивченням стану та розвитку громадянського суспільства в Україні, можна віднести В. Степаненка, О. Резніка, Є. Головаху, І. Бекешкіну, О. Вишняка, О. Злобіну, Л. Бевзенко, О. Стегнія, М. Наумову, С. Дембіцького та інших.

В межах робіт Ж. Бодріяра, З. Баумана, Дж. Александера, У. Бека, П. Бурдьє, Е. Гіденса, П. Штомпки, М. Кастельса, Г. Рейнґольда, Й. Масуди та інших розглядалися соціально-політичні аспекти функціонування інформаційно-комунікативних технологій з ухилом на віртуальну поведінку учасників сучасного суспільства.

Спектр уваги сучасних українських дослідників щодо проблем, пов'язаних з соціально-політичними наслідками використання інформаційно-комунікаційних технологій, досить широкий та охоплює загальні питання розвитку ІКТ, дослідження функціональних і структурних ознак інтернету як субпростору сучасного суспільства, також ролі інформаційно-комунікаційних технологій у сфері політики (як виборчої технології). Зокрема, варто виділити В. Недбая, С. Денисюк, К. Настоящу, М. Наумову, Я. Хміль, Н. Половую, І. Мудру, М. Кіцу, Н. Фоміних, Ю. Пачковського та ін. Дослідженням різних

аспектів соціально-політичної інтернет-поведінки, громадської організації, мобілізації у соціальних медіа та вивченням використання маніпулятивних технологій в онлайн-просторі, що є найбільш дотичними до нашої тематики питаннями, більшою мірою займалися вчені в галузі політичних наук (Ю. Кокарча, В. Голка, С. Михальчук, О. Свідерська, А. Митко, М. Мордовець, Е. Войнова, Л. Дорош, Г. Луцишин, Г. Почепцов, А. Янченко та ін.) та меншою мірою соціологи (О. Буданова, В. Шелухін, О. Гудзенко, О. Суська, Н. Бойко). Відтак, в сучасному українському науковому дискурсі бракує глибоких соціологічних досліджень окресленої тематики. У зв'язку з вимогами та викликами сьогодення потреба активного використання соціально-політичних інтернет-технологій поряд з проблемністю їхньої імплементації та інституціоналізації в реаліях українського суспільства, а також відсутністю достатньої теоретичної бази зумовлюють актуальність нашого дослідження.

Виходячи з окресленої актуальності, можна визначити **мету роботи** наступним чином: на основі аналізу праць науковців та бази емпіричних даних щодо використання інтернет-технологій у соціально-політичному житті українського суспільства з'ясувати роль соціально-політичної інтернет-поведінки молоді у розвитку громадянського суспільства в Україні.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких дослідницьких завдань:

- на основі аналізу джерел та наукової літератури встановити й описати специфіку підходів соціогуманітарних наук (філософії, психології, економічних наук, політології) до розуміння інтернет-поведінки у соціально-політичній сфері;
- виокремити особливості соціологічного підходу до розуміння поняття соціальної поведінки та на його основі визначити й операціоналізувати концепт соціально-політичної інтернет-поведінки;
- розкрити сутність поняття «соціально-політична інтернет-технологія» та проаналізувати його взаємозв'язок із соціально-політичною інтернет-поведінкою;

- ґрунтуючись на аналізі сучасного міждисциплінарного наукового дискурсу, систематизувати теоретичні відомості про вплив соціально-політичної інтернет-поведінки молоді на розвиток громадянського суспільства;
- здійснити емпіричну верифікацію концептуальної моделі соціально-політичної інтернет-поведінки та на основі отриманих даних з'ясувати роль соціально-політичної інтернет-поведінки молоді у розвитку громадянського суспільства в Україні;
- сформулювати на основі отриманих теоретичних та емпіричних даних рекомендації стосовно питання регулювання соціально-політичної інтернет-поведінки.

Об'єктом дослідження (**за загальною проблемою**) є соціально-політична інтернет-поведінка.

Об'єктом дослідження (**за носієм**) є молоді українські громадяни віком від 14 до 35 років, які є користувачами інтернету.

Предмет дослідження – особливості ролі соціально-політичної інтернет-поведінки молоді як чинника розвиток громадянського суспільства в Україні.

Хронологічні рамки дослідження. Увага приділяється аналізу специфіки соціально-політичної інтернет-поведінки, яка проявлялася українськими громадянами, зокрема й молоддю, у відносно мирний для країни час – до Революції Гідності та початку війни, та після, під час кризових подій в країні. Авторське емпіричне дослідження стосувалося вивчення онлайн-практик українських студентів під час повномасштабного вторгнення росії в Україну, оскільки вивчалася проявлена студентською молоддю актуальна соціально-політична інтернет-поведінка.

Методологічну основу дослідження складає поєднання теоретичних концепцій структуралістського конструктивізму та інституціоналізму, які не суперечать одна одній. У рамках ***структурно-конструктивістського*** напрямку розглянуто соціально-політичну інтернет-поведінку та інтернет-технології в контексті дуальності системи. Поява та активне використання

інтернет-технологій є об'єктивним процесом в результаті інформатизації суспільства. Своєю чергою, функціонування таких інноваційних технологій сприяють розвитку і трансформуванню суспільства надалі. Враховуючи напрацювання одного з основних представників цієї концепції в соціології П. Бурдьє (Бурдьє & Вакан, 2015; Бурдье, 2005; Bourdieu, 1985), можна розглядати інтернет-технології як один із факторів впливу на дії агентів, які своїми практиками здатні змінювати суспільство. З точки зору ***інституційного підходу*** різні способи соціально-політичної інтернет-поведінки – інтернет-технології, розглядаються як частина інституту електронної демократії, який, своєю чергою, на вищому рівні є складовою інституції демократії. При цьому, зважаючи на запропонований у роботах українського соціолога В. Савки підхід, (Савка, 2009; Савка & Мишок, 2018) ми розділяємо терміни «соціальна інституція» та «соціальний інститут», трактуючи останній як сукупність технологій діяльності в конкретних ситуаціях. Таке пояснення дозволяє нам вписати інститути в структуру інституції, тобто інституція характеризується набором інститутів. Виходячи з цього, інтернет-технології розуміються як способи організації відносин між громадянами та владою для врегулювання або допомоги при врегулюванні значущих соціальних проблем. ***Неоінституційний підхід*** дозволяє розкрити сутність впливу на розвиток громадянського суспільства не лише чинників в межах інституційної системи, але й пояснити поведінку суб'єктів (соціально-політичну інтернет-поведінку молоді), приділяючи увагу неформальним структурам, зокрема комплексно аналізувати наміри та дії індивідів.

Для вирішення поставлених завдань застосовано загальнонаукові, логічні та емпіричні методи дослідження. *Загальнонауковий* історичний метод застосовувався для визначення етапів становлення та розвитку соціологічної науки, в межах яких змінювалося розуміння концептів (соціальна поведінка, соціальна технологія), які стали підґрунтям для визначення основних понять дослідження – соціально-політичної інтернет-поведінки та соціально-політичної інтернет-технології. Здійснено порівняння різних підходів до

трактування понять «дія», «діяльність», «активність», «соціальна поведінка», «інтернет-поведінка», «інтернет-технологія» та її видів, «громадянське суспільство». Використано також *логічні* методи дослідження, зокрема аналіз, синтез та дедукція. Застосування методів аналізу та синтезу відбувалося під час визначення сутності та структури соціально-політичної інтернет-поведінки та інтернет-технологій, особливостей їх типологізації. В основі викладу матеріалу та формування теоретичних висновків роботи лежить метод дедукції, оскільки здійснено рух від загального трактування ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у формуванні громадянського суспільства до конкретних прикладів впливу різних видів інтернет-технологій. За допомогою *емпіричного* методу аналізу документів відбулося детальне ознайомлення з працями науковців, які також здійснювали дослідження в окресленій тематиці. Методом вторинного аналізу даних було опрацьовано та узагальнено актуальні емпіричні дослідження в межах обраної теми.

Збір первинної соціологічної інформації відбувався у два етапи: за допомогою експертного інтерв'ю на першому етапі та із застосуванням кількісного методу – анкетного опитування на другому. За допомогою інтерпретативного підходу проведено аналіз соціологічних даних, які були отримані шляхом проведення експертних інтерв'ю та анкетування. Методом класифікації виконано структуризацію та упорядкування інформації, зібраної в рамках авторського соціологічного дослідження. Для детального вивчення факторів впливу на соціально-політичну інтернет-поведінку молоді, а також задля сегментації цієї категорії населення, враховуючи виміряний досвід їхніх онлайн-практик, використовувалися статистичні методи факторного, кластерного та кореляційного аналізу.

Наукова новизна і теоретичне значення дослідження полягають у визначенні та поясненні особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки молоді як чинника розвитку громадянського суспільства в Україні.

Вперше:

- розроблено концепт «соціально-політична інтернет-поведінка» – соціальна поведінка онлайн, яка, залежно від її форми, є засобом впливу на соціально-політичні проблеми в суспільстві й може забезпечувати його зміни та поступ;
- уточнено концепт «соціально-політична інтернет-технологія», яка визначається як система послідовних дій, що проявляються за підтримки сучасних інформаційно-комунікативних технологій (інтернет) та сприяють або допомагають досягненню певних соціально-політичних результатів.
- застосовано інституційний підхід до пояснення електронної демократії в Україні, за логікою якого соціально-політичні інтернет-технології становлять інструменти, що об'єднуються в інституті електронної демократії, який на вищому рівні є одним із компонентів інституції демократії та забезпечує її трансформацію відповідно до умов сучасного інформаційного суспільства;
- запропоновано тривимірну ситуативну модель соціально-політичної інтернет-поведінки, в основі якої покладено три показники: орієнтованість онлайн-практик (особливості цілей поведінки), їхня інтенсивність (частота та регулярність) та продуктивність (споживання чи творення контенту);
- здійснено емпіричну верифікацію тривимірної ситуативної моделі, за допомогою якої було визначено специфіку соціально-політичної інтернет-поведінки студентської молоді у перші пів року війни;
- виявлено, що типи соціально-політичної інтернет-поведінки студентів диференціюються диспозиціями, рівнем капіталів та специфікою середовища перебування.

Удосконалено:

- глосарій в межах тематики та проблематики розвитку громадянського суспільства через впровадження в науковий дискурс терміну «соціально-політична інтернет-поведінка» та уточнення поняття «соціально-політична інтернет-технологія»;

- класифікацію типів соціально-політичної інтернет-поведінки шляхом включення в дихотомічну схему «активність-пасивність» проміжного поняття «слактивізм».

Дістало подальшого розвитку:

- розмежування, зіставлення та систематизація рівнів (високий, середній, низький), видів (індивідуальна, колективна, масова), форм (використання різних соціально-політичних інтернет-технологій) та типів (активність, пасивність, слактивізм) соціально-політичної інтернет-поведінки;
- концепти формалізованої та неформалізованої соціально-громадської інтернет-поведінки, розроблених Н. Бойко;
- питання ризиків, викликів та проблем, пов’язаних з активними процесами діджиталізації в українському суспільстві та шляхів їх регулювання.

Практичне значення отриманих результатів

Результати та висновки дисертаційного дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення та теоретичного дослідження проблем застосування сучасних інтернет-технологій у соціально-політичній сфері, а також для практичного застосування у процесах демократизації та розвитку громадянського суспільства. Зокрема, отримані результати можуть бути корисні в практиці державного управління, діяльності громадських організацій, які займаються розробкою та реалізацією програм електронної взаємодії держави з громадськістю. Вони можуть сприяти удосконаленню державної соціальної політики в Україні, зокрема при створенні стратегічних програм діджиталізації суспільства, електронного урядування та вдосконаленні механізмів оцінки результативності процесів електронної демократизації. Також результати дослідження можуть бути корисні фахівцям різних галузей (політикам, журналістам, дослідникам, громадським діячам) при підготовці та проведені інформаційних кампаній стосовно актуальних соціально-політичних проблем. Крім того, результати дослідження можуть бути використані в підготовці фахівців соціологічного напряму, що дозволить

покращити якість викладання низки дисциплін: «Соціологія інтернету», «Новітні інформаційні технології в соціології», «Громадська думка і PR», «Соціологія політики та електоральної поведінки», «Громадська думка у державному управлінні та самоврядуванні», «Ресурсний потенціал інформаційного суспільства», «Теорія комунікації і сучасний медіадискурс» тощо.

Особистий внесок здобувача. Здобувачка самостійно опрацювала й проаналізувала всю літературу дослідження та відобразила цей аналіз у тексті дисертації. Авторка самостійно провела, проаналізувала та проінтерпретувала емпіричну частину дослідження. У наукових публікаціях, що написані у співавторстві з М. Школяр (Мишок & Школяр, 2016), авторка розглядала аналіз маніпулятивних технологій в сучасному політичному дискурсі; у співавторстві з В. Савкою (Савка & Мишок, 2018) проаналізувала електронну демократію з позиції інституційного соціологічного підходу; у публікаціях, написаних у співавторстві з Л. Климанською (Myshok & Klymanska, 2021; Мишок & Климанська, 2021), авторка розглядала соціально-політичні інтернет-практики як одну із форм соціально-політичної поведінки реальної, зокрема, аналізувала її основні типи: активність, пасивність та слактивізм, якому було надано особливої уваги у зв'язку з неоднозначним трактуванням цього поняття у науковому дискурсі; у статті (Мишок & Климанська, 2020a) авторкою окреслювався стан громадянської освіти в українському суспільстві та її вплив не лише на прояви соціально-політичних інтернет-практик, але й на громадянську активність в цілому; у науковій публікації (Мишок & Климанська, 2020b) авторкою розглянуто контркультуру неолудизму з точки зору бар'єра розвитку громадянського суспільства.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження обговорювалися на: VI Всеукраїнській конференції молодих науковців «Соціологія – соціальна робота - регулювання соціальних проблем» (21-22 квітня 2016 р., Львів); 76-тій Студентській науково-технічній конференції (18 жовтня 2018 р., Львів); Ювілейній Міжнародній науково-практичній

конференції «Партнерство заради соціальних змін: 20 років досвіду» (24-26 жовтня 2019 р., Львів); X Міжнародній науковій конференції «Соціологія – соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем» (14-15 травня 2020 р., Львів); П'ятнадцятій міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні дослідження в соціальній сфері» (18 травня 2020 р., Одеса); XIX Міжнародній науковій конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Соціологія у (пост)сучасності» (18-19 березня 2021 р., Харків); XI Міжнародній ювілейній конференції, присвяченій 20-річчю кафедри соціології та соціальної роботи Національного університету «Львівська політехніка», «Соціологія – соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем» (13-14 травня 2021 р., Львів); VII International research & training conference «Public health – social, educational and psychological dimensions» (17 July 2021, Lublin, Poland); Дев'ятнадцятій міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні дослідження в соціальній сфері» (17 травня 2022 р., Одеса); У XII науковій конференції з міжнародною участю «Соціологія – соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем» (9-10 червня 2022 р., Львів); XIII Львівському соціологічний форум «Творення нових соціальних порядків в умовах російсько-української війни» (5 квітня 2023 р., Львів); У XIII науковій конференції з міжнародною участю «Соціологія – соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем» (18-19 травня 2023 р., Львів).

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження виконано в рамках комплексної програми науково-дослідної роботи кафедри соціології та соціальної роботи Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка» під назвою «Дослідницька ініціатива та практична реалізація соціально-політичних проектів щодо врегулювання соціальних проблем сучасної України» (державний реєстраційний № 0118U000886).

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів та висновків до них, загальних висновків, списку літератури та додатків. Загальний обсяг дисертації – 489 сторінок. У списку використаних джерел – 223 найменування, з яких 53 англійською мовою. Основну частину дисертації викладено на 276 сторінках. Робота містить: 9 таблиць, 5 рисунків, 2 гістограми, 10 додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ

1.1. Інтернет-поведінка як об'єкт аналізу в соціогуманітарних науках

Поведінка людини є складним для дослідження феноменом. Будучи притаманною людині, поведінка характеризується великим спектром ознак, параметрів, рис, властивостей, які можна досліджувати у найрізноманітніших галузях знань, особливо в соціогуманітарних науках.

Вивчення поведінки людини має свої коріння у філософії Стародавнього світу, де перші спроби раціонально її пояснити здійснювалися в Стародавній Індії, зокрема пов’язували це поняття зі шляхом звільнення від карми. У Стародавньому Китаї велику увагу приділяли вивченню таких принципів поведінки, як гуманність, покірність та дотримання ритуалів. В добу Античності у філософії Арістотеля, Платона, Сократа та інших давньогрецьких мислителів поведінка людини розумілася як цілісність свободи та відповідальності. В епоху Середньовіччя поведінка розглядалась крізь призму віри. У філософії Нового часу в працях Ф. Бекона, Т. Гоббса, Д. Локка, Б. Спінози та інших приділялась велика увага свободі та правам людини, що визначалось підґрунтям поведінки (Омельчук, 2013, с. 7).

Проблеми свободи поведінки людини активно розглядалися у німецькій класичній філософії. І. Кант, зокрема, називав дією вчинок, підпорядкований законам обов’язковості й свободи. Відомий філософ у своїй етиці розглядав правильність людських вчинків, в основі яких він покладав розум, здатний до законотворчості, обов’язок, який надає нормативності загальним розумним правилам, та свободу, що реалізується в раціональній поведінці. Інший видатний філософ цієї доби Г. Гегель також писав про необхідність раціональності людської поведінки. Г. Гегель, як багато інших представників німецької класичної філософії, свободу вважав сутністю та метою суспільного

буття, а досягнення свободи можливим лише через дію, рух, поведінку (Павлова, 2017, с. 232).

У XIX-XX століттях завдяки працям філософів А. Шопенгауера, С. К'єркегора, Ф. Ніцше та інших відбулося критичне переосмислення німецької класики, що дозволило набути поширення ідеям ірраціональності поведінки. Збільшилось число досліджень емоційно-чуттєвих станів людини, віри та волі, вважалося, що світ, людина та її поведінка є проявом ірраціонального. Людина розглядалась як така, що здатна не лише до логічного мислення, але й до переживання, набуття досвіду, прийняття нестандартних рішень тощо (волюнтаризм, інтуїтивізм, екзистенціалізм, феноменологія, воля до життя та інше) (Омельчук, 2013, с. 366).

Основні ідеї класичної філософії можна використати й при аналізі поведінки в інтернеті, оскільки вона безпосередньо стосується питання свободи та відповідальності. Особа (користувач) є вільною у виборі своєї інтернет-поведінки, але водночас вона повинна нести відповідальність за наслідки таких дій. В ракурсі цієї теми можна розглядати безліч актуальних проблем, наприклад, наскільки в інтернеті може бути доступною інформація, програмне забезпечення та інші технологічні продукти, а також до яких наслідків призведе цілковита відкритість інформації; чи повинна в інтернеті бути анонімність, яка дозволяє користувачеві, з одного боку, мати свободу вибору та розвиватися в бажаному напрямку, або, з іншого боку, така вседозволеність та відсутність відповідальності через приховування особи може спричинити прояви злочинної поведінки, яка може зашкодити іншим.

На рубежі XX-XXI століть стала очевидною інтенсивна віртуалізація суспільства, в результаті чого відбуваються трансформації соціальної структури соціуму, його морфології, зміна поведінкових форм та поява людини нового типу – homo virtualis. Сучасні українські дослідники (Марійко, 2015; Груєва, 2016) вважають, що соціально-філософські аспекти віртуалізації суспільства та діяльності особистості в його рамках можна розглядати на засадах моделі суспільства спектаклю Г. Дебора, симуляційної моделі Ж.

Бодріяра, моделі індивідуалізованого суспільства З. Баумана, моделі суспільства інтерактивного спектаклю С. Беста, Д. Келлнера (результат синтезу процесу симуляції та електронної віртуалізації).

У французького філософа Г. Дебора спостерігається бачення соціальних взаємодій у вигляді постановок та опис сучасного суспільства як глобального спектаклю. Філософ вважає, що людина починає менше розуміти свої бажання та взагалі сенс свого існування через те, що вона споглядає те, що відбувається навколо, а не живе своїм життям.

За словами філософа-постмодерніста Ж. Бодріяра, реальність витісняється симулякрами (копіями без оригіналів). «Сьогодні вся система схильна до недетермінації, будь-яка реальність поглинається гіперреальністю коду і симуляції» (Бодріяр, 204, с. 45).

Людина, перебуваючи у штучному середовищі, загублена серед безлічі симулякрів і змушена вдаватися до симуляції, що майже дорівнює її розчиненню в масах. Тобто сама людина перетворюється на симулякр, а тому не може чинити супротив системі знаків та гіперреальності. Ж. Бодріяр використовує поняття «заручник» для того, аби пояснити сучасний стан людини, яка є об’єктом, позбавленим свободи дії й розуміння своїх власних можливостей (Вегеш, 2014, с. 24).

Суть теорії індивідуалізованого суспільства З. Баумана в тому, що індивід залишається на самоті у плинному, фрагментарному та невизначеному середовищі. Людина повинна нести відповідальність за виконання/невиконання покладених на неї завдань, при цьому вона може використовувати інших людей як знаряддя для досягнення своїх цілей. Розглядаючи інших людей як предмети зовнішнього світу, індивід тим самим позбавляє себе можливості використовувати колективні дії для протистояння зовнішнім умовам. З. Бауман розглядає людей як автономних індивідів, які можуть бути лише частково залежними від інших (а то й взагалі незалежними). Це означає, що людина сама вибирає, чи варто в наявних умовах їй вступати у

взаємодію з іншими, аби досягнути реалізації власного проєкту (Щербина, 2011, с. 71).

З. Бауман також вважає, що в індивідуалізованому суспільстві за сприяння сучасних електронних засобів відбувається «девальвація місця», а час розглядається нелінійним і розбитим на безліч окремих фрагментів, що призводить до того, що людина втрачає свої орієнтири та відмовляється від «довгострокових» програм на користь «короткостроковим» через підміну соціальних завдань особистими пріоритетами. Швидкоплинність та миттєвість процесів виснажує людей, що, на думку З. Баумана, «не стільки примушує чи спонукає нас забути те, що ми мусили чи могли пізнати, як залишає мало шансів закарбувати це та втримати в пам'яті» (Бауман & Донскіс, 2014, с. 53).

На відміну від теорії глобального спектаклю, де людина є спостерігачам за процесами, у моделі суспільства інтерактивного спектаклю, вона розглядається уже як творчий агент, співрежисер «постановки», який прагне впливати на дійсність (Марійко, 2015, с. 31).

Наочним, як ми вважаємо, прикладом для пояснення теорій віртуальності може слугувати еволюція розвитку інтернету, який має у своїй історії п'ять етапів. Розвиток інтернету сьогодні набуває вагомого соціального змісту, адже представляє також й якісні зміни у проявах інтернет-поведінки та еволюцію соціальної взаємодії користувачів всесвітньої павутини.

Web1.0 – це перший етап розвитку інтернету, коли сайти були в основному статичними інформаційними сторінками, що надавали користувачам доступ до перегляду текстової інформації. На сайтах функціонал був обмеженим та були відсутні інтерактивні елементи. Людина тут виступала виключно спостерігачем віртуальних процесів, оскільки технічні можливості інтернету цього періоду не дозволяли користувачам проявляти суб'єктну онлайн-поведінку. На етапі Web2.0 на сайтах почали з'являтися форуми, коментарі та інші інтерактивні елементи, що надавали можливості взаємодії з іншими користувачами. Крім того, на цьому етапі з'явилися соціальні мережі, блоги, відео- та фотохостинги. Вікіпедія – це

приклад Web2.0-сайту, який надає користувачам можливість активно співпрацювати та взаємодіяти між собою. Вона є прикладом колективної роботи та співтворчості, де кожен може зробити свій внесок до створення високоякісної та доступної інформації. Починаючи з цього періоду еволюції інтернету, людина виступає як споживач інформації і як генератор контенту в інтернеті, тобто відбувається зміна ролі користувача через збільшення спектру його інтернет-практик (від суспільства глобального спектаклю до суспільства інтерактивного спектаклю). Web3.0 – це третій етап, пов'язаний зі зміною підходу до обробки та взаємодії людини з інформацією. На цьому етапі інтернет стає більш індивідуалізованим і пов'язаним з технологією блокчейн. Web3.0 передбачає, що користувачі мають більший контроль над своїми даними, а застосунки та послуги в інтернеті спрямовані на створення децентралізованих мереж та протоколів. Так, наприклад, у 2021 з'явилися NFT або некореговані токени – це криптографічні токени, які реєструють власність на цифрові активи користувача. За допомогою технології блокчейну інформація про власника та його токени закріплюється, а замінити або видалити її уже неможливо (Wang, Li, Wang & Chen, 2021). NFT можуть бути використані для створення децентралізованих ринків, де люди торгуватимуть цифровими активами без посередництва централізованих платформ. Зважаючи на окреслені характеристики, Web3.0 можна пов'язати з теорією індивідуалізованого суспільства З. Баумана, який стверджував, що сучасне суспільство характеризується процесом індивідуалізації, де люди все більше віддаляються від традиційних колективних структур і вибирають більш індивідуалізований спосіб життя. Web3.0, який орієнтований на децентралізацію, також надає можливості для індивідуальної свободи та контролю. Він дозволяє людям управляти своїми персональними даними та віртуальними ідентичностями, а також взаємодіяти без посередництва централізованих організацій.

Наразі терміни Web 4.0 та Web 5.0 не є загальноприйнятими стандартами, а отже, їх визначення є неоднозначним. Однак, можна запропонувати деякі характеристики, які можуть бути пов’язані з цими поняттями.

Web 4.0, за деякими означеннями, пов’язують з розвитком мережевих технологій Інтернет речей (IoT), де використовуються високотехнологічні пристрої, що забезпечують підключення до інтернету та обмін даними між пристроями та користувачами. Це може дозволити автоматизувати різні аспекти людського життя, від управління електроприладами в домі до керування машинами на вулицях. Web 5.0 пов’язують з поняттям «інтелектуальної мережі» (Intelligent Web), яка передбачає розуміння контексту та семантики даних, здатність до автоматичного аналізу та розуміння поведінки користувачів, що дозволяє надавати більш персоналізовані та контекстуалізовані інформаційні послуги. Наприклад, це можуть бути інтерфейси, які взаємодіють з користувачем на людському рівні та здатні розуміти й відповідати на запитання, користуючись нейронними мережами та іншими технологіями штучного інтелекту (Soni & Panjwani, 2021, p. 15).

Враховуючи окреслені особливості Web 4.0 та Web5.0, можна припустити, що, перебуваючи на таких стадіях еволюції, інтернет здатний поглибити та зміцнити процес симулякризації, як описується у теорії Ж. Бодріяра. Збільшення віртуальності та втрата розрізнення між реальністю та симуляцією можуть сприяти створенню віртуальних світів, де люди будуть взаємодіяти з імітаціями, які наближаються до реальності. Це може призвести до віддалення від оригіналу та втрати автентичності, а також підсилити споживацьку культуру й поведінку, оскільки віртуальні середовища можуть пропонувати безкінечний вибір товарів та послуг. Однак, важливо зауважити, що це лише теоретичні роздуми про можливий розвиток інтернету та вплив технологій на суспільство. Реальні наслідки Web5.0 і взаємозв’язок з теорією симулякризації потребують подальшого дослідження та спостережень у майбутньому.

Отже, пройшовши свою еволюцію, інтернет забезпечив людям можливості для споживання інформації, товарів та послуг, запропонованих іншими користувачами у віртуальному середовищі; надає можливості для спілкування та взаємодії між користувачами, що дозволяє їм генерувати та творити свій власний контент, завдяки чому кожен окремий індивід робить свій вклад у розвиток технологій та відтворення соціальної системи (зміст та сенс віртуальних практик – симулякри та індивідуалізоване суспільство).

Помітно, що поведінка людини в інтернеті заходить у сферу споживання інформації, товарів та послуг, що є об'єктом аналізу економічної теорії. У класичній школі економічної науки, яка ґрунтувалась здебільшого на положеннях відомого економіста А. Сміта, вважали, що люди раціональні та максимізують свою користь вибираючи найкращі з можливих варіантів. Раціональність поведінки лежить в основі моделі «людини економічної» (Homo economicus). Таке теоретичне розуміння поведінки на практиці не виправдовує себе, тому економісти-неокласики розширили модель «людини економічної», де поведінка людини розглядається такою, що відбувається в ситуації обмеженості ресурсів і характеризується вибором, який людина здатна самостійно оцінити, порівнюючи альтернативи (Ватаманюк, 2018, с. 20). Як зазначають українські науковці-економісти, в останні десятиліття розвивається напрямок поведінкової економіки – це теорія, яка розглядає вплив соціально-психологічних факторів на ухвалення людиною економічних рішень, а також бере до уваги й наслідки впливу цих чинників на зміни ринку споживання (Повод & Адвокатова, 2020, с. 216). Згаданий раніше Ж. Бодріяр розумів споживання не як пасивне присвоєння чогось, а розглядав його як активний модус ставлення до речей, до колективу та світу в цілому, як універсальний відгук на зовнішні подразники (Вегеш, 2014, с. 20).

Ринок споживання є складноструктурованою системою економічних, психологічних, технологічних відносин між виробниками та споживачами, продавцями та покупцями, які виникають в процесі обміну товарами з метою особистого споживання. У зв'язку з тим, що бізнес розвивається і конкуренція

серед виробників зростає, виникає потреба у вивченні особливостей споживчих переваг через налагодження комунікації зі своїми клієнтами (Семенда & Семенда, 2018, с.536). Зважаючи на те, що інтернет серйозно вплинув на прояви споживацької поведінки, він зумовив і зміну стилю ведення бізнесу, при якому суб'єктам економічних відносин доводиться займатися новим спрямуванням – інтернет-маркетингом. Щоб пристосуватись до змін, які зумовив інтернет, компаніям необхідно зосередитись на розробці нових планів та стратегій, організації та контролі проведення комерційних операцій, щоб постійно виявляти спільні інтереси між компаніями та клієнтами, розвивати відносини з клієнтами на базі інтернет-технологій та успішно завойовувати інтернет-ринок (Ляшенко & Моткалюк, 2013, с. 59).

Важливим в рамках вивчення економічної поведінки (і не тільки економічної) є дослідження не лише результату вибору, але й аналіз процесу прийняття рішення, зумовленого внутрішньоособистісними причинами, які можуть призвести до непередбачуваності поведінки людини. Вивченням таких внутрішніх психологічних механізмів регулювання поведінки особи займається психологія. Поширення інтернету призвело до того, що традиційні психологічні проблеми отримали нову специфіку, але вони продовжують розглядатися в рамках різних напрямів класичної психології. Інтернет-поведінка вивчається з точки зору таких традиційних галузей психології: психологія свідомості, соціальна психологія, вікова психологія, педагогічна психологія, психологія особистості, психологія праці та інших. Серед найбільш популярних психологічних шкіл, які пояснюють людську поведінку, можна назвати біхевіоризм, когнітивну психологію, психоаналітичну та гуманістичну теорії.

Біхевіоризм (Дж. Уотсон, Б. В. Скіннер, Е. Толмен та інші) – напрям у психології, який розглядає поведінку як реакцію на стимули навколишнього середовища. Біхевіоризм базується на припущенні, що всі форми поведінки можна пояснити шляхом вивчення зв'язку між стимулами та реакціями. Класичний біхевіоризм сприймав людську поведінку дещо примітивною,

оскільки не враховував такі детермінанти, як свідомість, мислення та воля. Представники необіхевіоризму намагалися перебороти обмеженості базової схеми біхевіоризму «стимул-реакція», вводячи до неї проміжну ланку – так звані «проміжні змінні», що дозволили досліджувати регулятивні аспекти людської поведінки (Бондаренко & Слюсаренко, 2019, с. 80).

Інтернет-поведінку в ракурсі біхевіоризму можна вивчати шляхом аналізу стимулів, що викликають певні реакції, та досліджувати наслідки цих реакцій. Недаремно біхевіоризм активно застосовують для дослідження споживацької поведінки онлайн, адже завдяки цьому підходу можна вивчати, як користувачі реагують на різні елементи інтернет-сайтів чи платформ: кнопки, посилання, СЕО-тексти тощо. Також можна аналізувати, які види поведінки найбільш підсилюються чи пригнічуються в інтернеті, наприклад, відповіді на коментарі, спілкування в онлайн-чатах або покупки в інтернет-магазинах (Виноградова, Крижко & Богуш, 2021, с. 8)

Представники психоаналітичної теорії (З. Фрейд, К. Юнг, А. Адлер, М. Кляйн, Ж. Лакан, Ж.-А. Міллер та ін.) наголошували на тому, що поведінку людини визначає її психічна структура, включаючи несвідоме та конфлікти між різними частинами психіки (Максименко, 2015, с. 9).

За словами українських дослідниць С. Ю. Діхтяренко та М. О. Березюк, якщо брати до уваги психоаналітичний підхід, то комп’ютери та віртуальне середовище можуть бути сприйняті як проміжний простір, що розширює внутрішній світ психіки людини. Відчуття, які виникають від користування цим простором, можуть бути настільки захопливими, що іноді людина забуває про свою власну ідентичність, асоціюючись з персонажами віртуальних ігор чи іншими аспектами цього простору (Діхтяренко & Березюк, 2020, с. 20.)

Виникнення когнітивної психології є своєрідною реакцією на біхевіоризм та психоаналіз. Представники когнітивної психології (Ж. Піаже, Дж. Міллер, У. Найссер, С. Стенберг, Г. Саймон, Д. Каннеман, А. Бек та ін.) вивчають сприйняття, увагу, пам'ять, мислення та мовлення і вважають, що ці психічні процеси визначають поведінку людини. Одним з головних завдань когнітивної

психології є пояснення того, як людина обробляє інформацію та розв’язує проблеми (Максименко & Пасічник, 2012). Таким чином з позиції когнітивістики, інтернет-поведінку слід розглядати як активність людини, під час якої використовуються когнітивні процеси сприйняття, уваги, пам'яті, мислення та прийняття рішень для взаємодії з інформацією в інтернеті та з іншими користувачами.

Представники гуманістичної психології (А. Маслоу, К. Роджерс, С. Джурард, Р. Мей та ін.) вважають, що поведінка людини залежить від її потреб у самореалізації та самовдосконаленні. У цій психологічній теорії підкреслюється значення позитивного підходу (увага до ресурсів та сильних сторін, а не до труднощів) для взаємодії з іншими людьми та довколишнім світом (Михайлюк, 2007, с. 92). Цей підхід у психології може допомогти зрозуміти, як і чому люди шукають в інтернеті можливості для самовираження та особистісного розвитку.

Варто звернути увагу на те, що одним із важливих напрямків дослідження поведінки у психології є вивчення її мотиваційного компонента. Аби не заглиблюватися у складну структуру наукового знання у психології мотивації, ми визначимо це поняття у ракурсі підходу українського психолога В. Климчука, який, на нашу думку, вдало рефлексує, з одного боку, щодо класичних теорій мотивації, а з іншого боку, щодо впливу реалій на мотиваційний компонент поведінки сучасної людини. Мотивація особистості ним розглядається не як набір біологічних чи соціальних потреб, ієрархій цінностей, що виникають в результаті впливу зовнішніх обставин, а є такою, яка перебуває в постійному дискурсивному конструюванні, і, будучи зануреною в різноманітні суспільні дискурси, може мати роль у формуванні чи зміні мотивації інших. В. Климчук зазначає, що «мотивація в такому ракурсі текстуалізується (у внутрішньому плані через самопояснення, у зовнішньому – через дискурс) і перетворюється на текст із безліччю контекстів і ймовірних варіацій, які відсікаються у момент появи мотиваційного наративу, у момент вибору того чи іншого конструкту і вплітання його до

свого досвіду, а також у момент виплітання власного досвіду на його основі або дискурсивного впливу на чужий досвід» (Климчук, 2015, с. 7).

Отже, можна констатувати, що сучасний стан інформаційного суспільства, технологічний поступ, глобальне поширення новітніх технологій та надактивне використання їх людьми зумовлюють постійні зміни у структурі психологічних регуляторів поведінки. Такі тенденції спричинили й розвиток психологічної науки через виникнення у ній нової галузі – кіберпсихології (також можна зустріти назву «психологія інтернету»). Кіберпсихологія вивчає вплив технологій на поведінку та психіку людини. Вона досліджує, як люди сприймають та взаємодіють з технологіями, в тому числі з інтернетом, соціальними медіа, віртуальною реальністю, мобільними пристроями та іншими інформаційними технологіями. Кіберпсихологи вивчають питання впливу інтернету та соціальних медіа на міжособистісні взаємодії, психологію онлайн-комунікації, ідентичність та самопредставлення в інтернеті, залежність від інтернету та відповідні методики її діагностики та лікування, кібербулінг, психологію девіантної поведінки в інтернеті, кіберсексуалізацію та інші питання пов’язані з використанням новітніх інформаційних технологій (Данилова & Гоян, 2021, с. 119).

Варто зосередити увагу і на розгляді інтернет-поведінки з позиції політичної науки. Необхідно спочатку осягнути проблематику дослідження поняття політичної поведінки в рамках цієї науки, оскільки ці питання стосуватимуться й поведінкових проявів за посередництва інтернету. Доволі поширеним питанням у політичній науці є співвідношення та порівняння понять «політична поведінка», «політична участь», «політична діяльність», «політична активність» та «політичне функціонування». Часто звертається увага на те, що у науковому дискурсі (і не тільки в політологічному) спостерігається синонімізація цих термінів, що призводить до суперечностей та непослідовностей у визначеннях, що унеможливлює їх чітке класифікування за видами та типами. Український політолог В. Бортніков, розглядаючи такі суперечності при аналізі термінології інших дослідників,

дає, на нашу думку, вичерпну відповідь щодо розмежування цих концептів. Науковець вважає, що ці поняття є тісно переплетеними між собою, але не є однаковими за значенням. Так, на думку вченого, політична участь охоплює непрофесійний аспект політичного життя суспільства, тоді як професійна політична діяльність представляє загальний контекст політичного функціонування. Політична діяльність ж містить і політичну участь, і політичне функціонування. Політичну активність він розглядає як інтенсивну участь суб'єкта в політичному процесі. Політичну поведінку визначає як сукупність зовнішніх дій (вчинків), які стосуються сфери розподілу та здійснення влади (Бортніков, 2007, с. 51-52).

Інший український вчений доктор політичних наук В. Северенюк визначає політичну поведінку в діяльнісному (політична діяльність) та не діяльнісному (політичне відчуження) станах політичного суб'єкта. Окрім цього, дослідник визначає детермінанти політичної поведінки, зараховуючи до них її мотиви та регулятори. До мотивів політичної поведінки він зараховує низку спонукальних психологічних властивостей політичного суб'єкта – усвідомлений політичний інтерес, сформовану систему стійких внутрішніх настановлень, переконань та цінностей. Регуляторами політичної поведінки є зовнішні чинники, які характеризуються постійністю чи змінністю, різною тривалістю впливу на суб'єктів політики, в результаті якого може відбуватися посилення, корегування чи блокування мотиваційного компонента поведінки (Северинюк, 2010, с.11). Українська політологиня О. Свідерська зазначає, що одним із детермінантів політичної поведінки може виступати форма політичного режиму в країні. Водночас за словами дослідниці, зовнішні впливи не можуть спрацьовувати без внутрішніх механізмів особистості. Така взаємозалежність детермінантів пояснює, чому навіть у найрепресивніших режимах можуть формуватися активні опозиційні рухи. Ці тенденції спостерігаються й на прикладі онлайн-поведінки. Висновки дослідження американських політологів К. Хілла та Дж. Хьюджеса стосовно активності користувачів в інформаційних групах показали, що у новинних спільнотах,

присвячених країнам з нижчим рівнем демократизації, є набагато вищий відсоток антиурядових повідомлень, ніж у групі про країни, які є більш демократичними (Hill & Hughes, 1999, p. 103). О. Свідерська згадує про ще один важливий детермінант політичної поведінки – зворотний зв'язок між поведінкою та умовами (Свідерська, 2016, с. 91). Це означає, що успішність чи неуспішність політичної поведінки також можуть зумовити майбутні її прояви (активність чи пасивність).

Отже, співвідношення зовнішніх та внутрішніх факторів задають характер та спрямованість політичної поведінки. Одним із зовнішніх чинників (медіаторів) політичної поведінки в умовах сучасного суспільства є інтернет. Зважаючи на сучасні соціально-політичні обставини, в яких перебуває глобальне суспільство, зокрема й українське (пандемія COVID-19, війна), пріоритетними напрямками для вивчення можливостей інтернету в політичній сфері стали, по-перше, його аналіз як новітньої інформаційно-комунікативної технології впливу на політичну свідомість не лише користувачів, а й тих, хто перебуває у спільних комунікаційних мережах з ними (насадження політичної культури, ідеології, маніпулювання задля управління політичною поведінкою громадян); по-друге, його розгляд як альтернативного середовища з майже ідеальними інформаційно-комунікативними мережами, які уможливлюють здійснення політичної поведінки.

Роль інтернету в політичній сфері уже була відчутна в часи відносної стабільності суспільства. Однак, в ситуації, коли виникають кризи, що унеможливлюють прояви реальної політичної поведінки, завдяки своїм технологіям інтернет дозволяє продовжувати здійснювати політичні процеси у суспільстві. Наприклад, громадяни мають можливість брати участь у політичному житті суспільства підписуючи електронні петиції, спілкуючись на політичні теми у соціальних мережах, на форумах, організовуючи флешмоби, голосуючи онлайн тощо. Інтернет не лише дозволяє проявляти традиційні форми політичної поведінки, але зароджує й нові її види, які можуть реалізовуватися лише у віртуальному середовищі. Це стосується,

наприклад, поширення політичних мемів, кенселінгу (Бучинська, 2022, с. 102).

Вивчення поведінки, зокрема й її інтернет-проявів, в межах філософії, політології, психології та економічної теорії дає можливість розкрити різні аспекти цього явища та зрозуміти вплив цифрових технологій на суспільство та індивіда. Так, філософський підхід досліджує етичні та моральні проблеми використання інтернету, інформаційної безпеки, приватності, штучності середовища та інших аспектів віртуальної реальності. Економічна теорія досліджує особливості споживчої поведінки онлайн, а також економічні аспекти віртуального простору, зокрема, вплив інтернет-технологій на економіку, розвиток онлайн-бізнесу та електронну комерцію. Психологія зосереджується на вивченні впливу інтернету на психіку та поведінку людини, включаючи такі аспекти, як залежність від інтернету, онлайн-агресія та спілкування у віртуальному середовищі тощо. В межах політичних наук вивчається вплив інтернету на політичну поведінку та участь громадян у політичному процесі, а також роль інтернет-технологій у маніпулюванні політичною свідомістю та у формуванні політичної культури.

1.2. Трактування соціально-політичної інтернет-поведінки в соціології

Соціально-політична інтернет-поведінка – це концепт, який виник у зв’язку з процесами цифровізації, діджиталізації, глобалізації, що пришвидшилися та набули ще більшого поширення через виклики спочатку пандемії, а тепер, особливо в українському контексті, – війни. При цьому в корені цього терміну одне з найважливіших у соціології понять – соціальна поведінка. Для розуміння суті та ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у процесах, які відбуваються у соціумі, особливо у творенні громадянського суспільства в Україні, первинним завданням є окреслення теоретико-методологічних соціологічних підходів до трактування поняття соціальної поведінки від класичної наукової думки до сучасних концепцій. Це

дозволить нам пояснити особливості соціально-політичної інтернет-поведінки зважаючи на становлення і розвиток поняття в розрізі еволюції соціологічної теорії. Серед наявних у соціологічній літературі варіантів класифікації етапів соціологічної науки найоптимальнішим є підхід української соціологині Н. Черниш, яка запропонувала розглядати стадії розвитку науки в контексті розгортання глобалізаційних процесів, що є важливим для нас в ракурсі визначення соціально-політичної інтернет-поведінки (Черниш, 2017). Тому ми висвітлюватимемо основні положення стосовно соціальної поведінки як основи соціально-політичної інтернет-поведінки опираючись на запропоновані вченою віхи у соціології.

Додамо також, що поняття соціальної поведінки, яке є важливим в контексті соціологічного пояснення соціально-політичної інтернет-поведінки, перебуває у взаємодії з концептами «дія», «діяльність», «взаємодія», «практика» і тому варто розглянути й ці поняття.

Окрім цього, важливою метою підрозділу є не лише трактування, але й аналіз співвідношення цих понять, що дозволить розмежувати їхнє значення та уникнути термінологічної плутанини надалі. В результаті такого теоретичного аналізу маємо намір сформувати авторське тлумачення соціально-політичної інтернет-поведінки.

Соціальна поведінка та решта пов’язаних з нею понять в межах першого етапу розвитку соціологічної науки, який Н. Черниш умовно називає «Соціологія до глобалізації», розглядається в ракурсі структурної, інтерпретативної та інтеракціоністської парадигм.

Теорію М. Вебера вважають однією з перших концепцій соціальної дії. Дію німецький соціолог вважав головним об’єктом соціологічного дослідження. Поняття соціальної дії стає центральним і в його теорії. З його точки зору, дія володіє двома принциповими умовами: по-перше – це орієнтація на іншого, а по-друге – це суб'єктивний зміст дії – особисте осмислення можливих варіантів поведінки, вибір людиною способів дій, які будуть взаємовигідними під час співробітництва. У ролі суб’єкта соціальних

дій можуть виступати і особи, і соціальні групи. Запропоновані М. Вебером ідеальні типи соціальної дії дозволяють краще зрозуміти його підхід до трактування концепту соціальної дії. Виокремлюючи традиційні та афективні дії, соціолог пояснював їх як неосмислені, ірраціональні. На противагу таким діям, цілераціоналізовані та ціннісно-орієнтовані володіють важливою ознакою її усвідомленості суб'єктом, тобто характеризується раціональністю. М. Вебер також не виключає можливість існування «змішаних» типів дій, коли ірраціональне поєднується з раціональним. Варто додати, що з позиції теорії цього класика, соціальні дії є залежними від культури суспільства, яка є «фоном» для формування варіантів соціальної поведінки (Weber, 1981).

Розглядом соціальної дії як фундаменту для суспільства, застосовуючи поняття саме «практики», займався й Е. Дюркгайм. Цей класик соціологічної науки пояснював явище групової інтеграції результатом ритуальних практик, які задають способи мислення людей у традиційних культурах. Через спільне виконання ритуальних практик виникають соціальні сили, які формують суспільство (Метельова, 2002).

Поняття соціальної дії в Е. Дюркгайма переплітається з явищем аномії, яке французький соціолог пояснює як ситуацію, коли з деяких причин відбувається втрата актуальності норм соціальної поведінки. Тобто це перехідна стадія суспільства, коли з'являються нові норми (Дюркгайм, 1998). Надалі розвиток концепту аномії прослідковується у теорії девіантної поведінки Р. Мертона.

З позиції марксизму, поведінка розглядалася в колективному контексті, акцент робився на тому, як люди діють у великих колективах – суспільних групах, класах. Приналежність людини до конкретного класу визначала характер і зміст її соціальної поведінки, а також її життєве становище загалом. Особливість марксистського підходу полягає в розгляді поведінки, пов'язаної з поваленням чи збереженням суспільного устрою, в ракурсі дослідження проблем класової боротьби. К. Маркс оцінював соціальні революції як нормальне явище в суспільстві і вважав, що рано чи пізно люди подолають усі

розбіжності, житимуть у рівності та матимуть однаковий доступ до усіх благ (Маркс & Енгельс, 1984, с. 49-54).

Г. Спенсер в рамках своєї еволюційної теорії навпаки вважав, що революції – це стан хвороби суспільства. Відомий своєю органічною аналогією, за якою суспільство складається з взаємопов'язаного набору органів, він зазначав, що діяльність і життя кожної частини суспільства стає можливим лише завдяки діяльності та життю решти. Соціолог вважав, що еволюція – це загальна моральна сила, яка пронизує Всесвіт, а її механізми передбачають передачу навченої поведінки від одного покоління до наступного (McGee & Warms, 2008, p.9). Тобто поведінка в його розумінні є адаптивним механізмом.

Американський соціолог Т. Парсонс, відходячи від дослідження суспільних «патологій», зосереджувався на поясненні умов нормального функціонування суспільства. Переосмислюючи концепції М. Вебера, Е. Дюркгайма та інших соціологів, Парсонс вважав елементарною одиницею, яка стоїть в основі суспільства, що пояснювалась ним як система людських взаємодій, саме соціальну дію (акт). В зміст елементарної соціальної дії американський соціолог вкладає поєднання таких елементів: дійові особи (свідомо діяльні задля певної цілі індивіди/колективи); ситуація, в якій відбувається дія (не залежні від особи умови, про які вона має уявлення в результаті своїх же дій); нормативні рамки й способи, завдяки яким дійова особа може досягнути своїх цілей. Т. Парсонс до цієї структури також додає важливий елемент – орієнтацію на дії іншої особи, завдяки чому сторони у соціальній дії розглядаються як суб'єкти та об'єкти (Parsons, 2005).

Ще один представник структурно-функціонального підходу Р. Мертон великого значення надавав ідеї «пристосування» до нових умов середовища. Розглядаючи соціальну систему як поєднання двох підсистем – культурних цілей та інституціоналізованих засобів їх досягнення, соціолог класифікував поведінку людини залежно від того, на який з двох елементів ставитиметься акцент. У випадку, коли суспільство приймає і способи, і цілі, люди

проявляють конформну поведінку, в інших ситуаціях – девіантну. Для суспільств, де поширюються зразки поведінки, при яких досягнення мети відбувається без врахування засобів, характерною є слабка культурна інтеграція, а тому є тенденції до постійних інновацій. Суспільство, у якому навпаки занадто великою є роль інституціоналізованих способів досягнення мети, характеризується ритуалізацією поведінки, що, з одного боку, робить його стабільним, а з іншого – консервує у застарілих традиціях. Коли відбувається руйнація культурних цілей і зменшується інституційне регулювання, викликаючи нестабільність та аномію, при яких люди можуть проявляти девіантну поведінку, Р. Мертон вважав, що потрібно досліджувати, які властивості соціальної системи можуть зумовлювати інновації, при цьому провокуючи людей на прояв девіантної поведінки в одній верстві більше, а в іншій менше. Тобто, на відміну від попередників, Р. Мертон аналізує поведінку, яка може сприяти інноваціям (Merton, 1968, p. 230-248).

Вивчення соціальної дії та поведінки в соціологічній думці здійснювалося з позиції аналізу конфліктності людської взаємодії. Питання конфлікту як соціального явища, його вплив на поведінку та упорядкування суспільства загалом, розглядалося класиками соціологічної науки та їх наступниками. Цих соціологів сучасні дослідники розділяють на тих, хто вбачав у конфліктах загрозу стабільності суспільства (Т. Парсонс, Е. Дюркгейм тощо), та тих, хто наголошували, що конфлікти сприяють його поступу (К. Маркс, Г. Зіммель, М.Вебер, Л. Козер, Р. Дарендорф та інші) (Пилат, 2005, с.119).

Зважаючи на дещо відмінні класичні підходи до вивчення соціальних конфліктів як детермінантів поведінки людини, сучасна теорія конфлікту представлена двома основними віхами: діалектична теорія конфлікту, розроблена Р. Дарендорфом та конфліктний функціоналізм Л. Козера. Р. Дарендорф критикував К. Маркса за помилкове визначення умов виникнення революцій. Він вважав, що «вибухи відбуваються, коли наявні які-небудь незначні зміни – іскра надії, іскра роздратування – найчастіше при ознаках слабкості тих, хто має владу, натяках на політичну реформу» (Dahrendorf,

2008, p.14). Р. Дарендорф також стверджує, що у суспільстві, яке перебуває на іншій стадії розвитку (модерне), відбувається індивідуалізація конфлікту, що означає соціальний конфлікт без класів.

Феноменологія А. Шюца – це важлива віха соціологічного теоретизування соціального світу і дій людей як його визначальної складової. Феноменологія інтерсуб'єктивного життєсвіту як концепція, яка відходить від філософської абстрактності, дозволяє суспільним наукам досліджувати практики повсякденного життя як джерело соціальної дії та сенсів вкладених людиною у свої дії. В узагальненому розумінні, інтерсуб'єктивність за Шюцом – це усвідомлення людиною реальності інших індивідів, їхній взаємозв'язок як суб'єктів життєсвіту. Наш світ є соціальною дійсністю, оскільки інтерсуб'єктивність повсякденності робить життя не приватним. Однак, кожен індивід існує в унікальному середовищі, де є відмінні від інших фізичні, культурні, моральні категорії, які зумовлюють ситуації індивіда та його світосприйняття. А. Шюц називає все це біографічною ситуацією. Для того, аби правильно розуміти природу соціальної дії варто аналізувати вплив на неї окремих елементів біологічної ситуації. Базовою частиною біографічної ситуації, за Шюцом, є запас наявного знання – це схема референції, яка вміщує в собі традиції, норми, способи поведінки тощо, заснована на попередньому досвіді інтерпретації життєсвіту індивідом та іншими, які можуть передавати свій досвід завдяки соціалізації (Шюц & Лукман, 2004, с. 265-273). Тобто запас наявного знання – це те, що дозволяє людині вважати свою поведінку і поведінку інших само собою зрозумілою у конкретній ситуації, і таким чином робити можливими взаємодії.

Соціологія Шюца значно вплинула на розвиток символічного інтеракціонізму (і не тільки на цю концепцію), що своєю чергою допомогло переглянути більш традиційні уявлення про соціальну поведінку та зосередитися на її міжособистісних вимірах. Представники символічного інтеракціонізму (Ч. Кулі, Дж. Мід, Г. Блумер) досліджували соціальні дії, взаємодії на підставі символічного змісту, який люди вкладають у ці дії.

Суспільний порядок та людська природа, з позиції цього підходу, є результатом повсякденних інтеракцій, соціальних комунікацій людей. Інтеракціоністи вважали, що сенс речей не існує сам собою, він не є результатом суб'єктивних суджень, а соціальним явищем, адже виникає під час соціальної взаємодії. Люди однаково розуміють символи (мову) та значення поведінки, зважаючи на їх попередній досвід та узгодження розуміння з іншими учасниками взаємодії, а тому вони мають орієнтуватися в намірах одне одного, щоб ефективно спілкуватися, взаємодіяти та пристосовуватися до соціального середовища. Поняття ролі у зазначеній концепції інтерпретується як модель бажаної поведінки або ж як зразок, який приписується соціальним оточенням окремому суб'єкту дії. Завдяки тому, що необхідна поведінка стає чітко окресленою в рамках очікувань та вимог, активність людини в результаті набуває продуктивних для суспільства форм, хоча, з іншої сторони, й обмежує певним чином можливості суб'єктів дії (Blumer, 1969). Варто додати, що Г. Блумер при дослідженні колективної поведінки характеризував її як спонтанну форму. Така поведінка виникає в результаті порушення норм та звичних значень і призводить до невпорядкованої поведінки та соціального неспокою (Гулай, 2014, с. 83-84).

Продовжуючи тему колективної поведінки, варто згадати доробок американського соціолога Н. Смелзера, представника структурно-функціональної парадигми, який розглядав колективну поведінку, соціальні рухи, керовані не маргінальними групами, а ідеологією, яка також має вплив на соціальні умови. Як стверджує український соціолог О. Резнік, це дозволяє переглянути уявлення про дестабілізаційну спрямованість такої поведінки в умовах соціальної напруги (Резнік, 2011, с. 70).

Згадане вище поняття «роль» детально аналізується у драматургічній теорії І. Гофмана. Майстерно використовуючи метафору театру, соціолог описує соціальну взаємодію людей як гру на сцені, де кожен актор поводиться відповідно до своєї «маски-ролі». Людина може належати до різних соціальних груп, а тому виникають різні ситуації, де вона повинна відігравати

різні ролі. Гофман розглядає людину як активного індивіда, який постійно грає на сцені. Людина, спостерігаючи за поведінкою партнера з соціальної взаємодії, робитиме певні висновки щодо неї й виконуватиме ту послідовність дій, яка викликатиме необхідну реакцію. Партнер натомість збиратиме інформацію про інших, щоб управляти враженнями про себе. Відтак, щоб мати кращий вигляд в очах інших, актор може імітувати ролі та використовувати певні засоби для цього. Для пояснення такої ситуації І. Гофман розглядає поняття «фасад» для виконання ролі, яке трактується ним як стандартні засоби, що використовуються актором свідомо чи несвідомо. Тут соціолог описує два види спілкування – контрольоване (контролюється людиною раціонально) та неконтрольоване (мимовільне – обмовки, жести, міміка тощо). Гофман стверджує, що для виявлення реальної поведінки людини без маски у заданій ситуації треба особливу увагу звертати на неконтрольовані прояви, які найчастіше можна побачити візуально (Солдатова, 2014, с.202).

Драматургія Гофмана може бути застосована для розуміння та пояснення онлайн-поведінки, оскільки інтернет-середовище є однією з соціальних ситуацій, у яких люди взаємодіють, грають свої ролі та займаються віртуальною самопрезентацією (Настояща, 2019, с. 25). Наприклад, люди можуть використовувати соціальні медіа, щоб відображати себе в позитивному світлі, створюючи так звану «цифрову маску», яка відрізняється від їхньої реальної особистості.

Етнометодологічний підхід в соціології, розроблений Г. Гарфінкелем, звертає увагу на дослідження механізмів соціальної дії та ставить питання «Як люди це роблять?». Як і А. Шюц, Г. Гарфінкель стверджує, що люди упорядковують життєвий світ відповідно до накопичених через власний та чужий досвід запасів знань. За допомогою мовних практик, які узгоджують рольову поведінку та очікування, індивіди можуть досягнути взаєморозуміння.

Як зазначає В. Володько, символічний інтеракціонізм (Дж. Мід, Г. Блумер, І. Гофман), інтерпретативізм (А.Шюц, Г. Гарфінкель) – це підходи, які

можна об’єднати в інтеракціоністську перспективу рольових теорій, у центрі уваги якої є феномен соціальної взаємодії, що реалізується завдяки орієнтованим на інших людей соціальним діям (Володько, 2008, с.23).

Інший варіант пояснення причин поведінки людини пропонують представники теорії обміну, які вважали, що людська взаємодія полягає у відносинах обміну принаймні між двома особами. Соціальну поведінку вони трактували як діяльність задля обміну, яка певним чином потім винагороджується. Основоположник теорії Дж. Хоманс розглядає різні типи соціальної поведінки – субституційну та елементарну. Субституційною він називав реальну поведінку реалізовану в межах інституційних структур. Елементарна – це поведінка, за допомогою якої індивіди безпосередньо взаємодіють між собою в прямих контактах, винагороджують або карають один одного (Матюхін, 2017, с. 84).

Теорія обміну Дж. Хоманса дала поштовх для розвитку теорії раціонального вибору, яка пояснює соціальну поведінку як таку, що регулюється бажанням людини отримати максимальну вигоду. Представники цього підходу (Г. Бекер, Д. Коулмен, М. Олсон та інші) вважають, що суспільство треба розглядати за аналогією з економічною організацією (будь-яка поведінка розглядатиметься як економічні процеси – в соціальній системі задається певна кількість альтернатив і людина повинна обирати наступні дії зважаючи на можливі вигоди та наявність відповідних ресурсів). Це дозволило представникам теорії раціонального вибору розробити формалізовані, математичні моделі раціональної поведінки. За допомогою таких обчислень можна з’ясувати матеріальну користь чи шкоду конкретних форм поведінки та, в разі збільшення негативних наслідків, вони можуть бути аргументами для вироблення практичних рекомендацій задля нівелювання таких результатів поведінки. Так, наприклад, українські соціологи С. Дембіцький та Б. Хляпатура за допомогою інструментарію теорії раціонального вибору здійснили опис сильних і слабких сторін процесу демократизації в Україні (Дембіцький & Хляпатура, 2013). Теорія раціонального вибору також часто

використовується як одна із концепцій для пояснення злочинної поведінки у фізичному (Cornish, & Clarke, 1986) та віртуальному світі (Шелухін, 2018; Мишок, 2022b). Варто виокремити теорію колективної дії М. Олсона (Olson, 1974), який критикував положення, згідно з яким вигоду розглядали однаковою і для групи, і для індивіда. У теорії М. Олсона центральним поняттям є колективне благо, яке досягається за допомогою зусиль багатьох людей і яке, як результат, стає доступним для всіх. Успішність досягнення цього блага залежить від цінностей, які стимулюють людей до дії, а також від розміру групи. В малих групах груповий тиск та особистий внесок кожної людини мобілізують до спільної дії. У середніх групах колективне благо досягається коштом привілейованої меншості, яка має достатній інтерес до його досягнення і готова працювати за інших. Однак, у великих групах внесок окремої людини видається незначним, тому вона може не брати участь в спільній боротьбі за колективне благо. Якщо розглянути цю теорію у віртуальному середовищі, то можна побачити, що багато інтернет-кампаній виявляються неефективними в плані регулювання соціальних проблем попри велику чисельність віртуальних спільнот (Мишок & Климанська, 2021, с. 277).

Отже, класичні, неокласичні та некласичні соціологічні теорії розглядали соціальну поведінку як продукт соціальної системи, яка визначається нормами, цінностями та рольовими очікуваннями. Вони відображають великий спектр соціальних явищ і понять, таких як порядок, соціальна структура, роль, соціальна взаємодія і т.д. Ці теорії стали основою для багатьох інших соціологічних досліджень, а їхні ідеї досі актуальні та застосовуються в сучасній соціології. Вони надали соціології теоретичну базу для дослідження соціальної поведінки, соціальних інститутів та процесів, що відбуваються в суспільстві, зокрема є корисними й для розуміння соціально-політичної інтернет-поведінки. Так, наприклад, завдяки мікросоціологічним теоріям можна аналізувати взаємодію між користувачами в онлайн-спільнотах, комунікаційні зв’язки в соціальних мережах, вплив соціальних норм,

стереотипів та ідентичностей на інтернет-поведінку. За допомогою макросоціологічних теорій можна досліджувати широкі соціальні процеси, включаючи соціальні нерівності, вплив інституцій та культурних чинників на інтернет-поведінку.

Новий етап у розумінні суспільного порядку та соціальної дії почався з середини XX ст. разом з розвитком глобалізаційних процесів. Як зазначає Н. Черниш, «ці процеси внесли якісні корективи у розуміння характеру соціології – її почали трактувати як науку про людство, що глобалізується» (Черниш, 2017, с. 8).

Поряд з глобалізацією потужну роль у динаміці суспільних процесів та вибудовуванні дискурсу науки відіграє розвиток інформаційно-комунікативних технологій, а особливо – зародження й розквіт інтернету. Першим про трансформування суспільства на основі керування інформацією як джерелом та умовою соціальних змін заговорив Д. Белл. Знання та збільшення кількості інформації в такому суспільстві починають виступати пріоритетними чинниками у якісних зрушеннях. Таким чином домінування власників капіталу змінюється домінуванням власників наукового знання – спеціалістів. Змінюються основні мотиви діяльності людини, що означає зростання ролі самореалізації та творчого розвитку і зниження ролі матеріального чинника. Це все стає можливим через якісні трансформації загальносуспільного рівня, де велику увагу починають приділяти освіті та науці, соціальному забезпеченню населення, гуманізації праці тощо. Люди, які починають інтелектуально та творчо розвиватися, уже мають ресурси та бажання змінювати систему, покращувати її. Новий стан суспільства потребував аналізу, під час якого почали назрівати питання взаємозв'язку суспільства та людської діяльності. Як наслідок, річище соціологічного теоретизування пішло у напрямку створення об'єднавчої загальносоціологічної теорії. Виникає так звана інтегративна парадигма центральним питанням якої стало співвідношення понять система і дія, суб'єктивне та об'єктивне. В ракурсі соціально-політичної інтернет-

поведінки інтегративні парадигми дозволять зрозуміти, як такого типу соціальна поведінка може бути взаємопов'язана з соціальними процесами та структурами. До числа соціологів, які ставили перед собою завдання вироблення синтезувальної теорії можна віднести Дж. Александера, Н. Лумана, М. Арчер, П. Бурдьє, Е. Гіденса, Дж. Рітцера, П. Сорокіна, Е. Сікурела, Ю. Хабермаса, П. Штомпку та інших.

Дж. Александер, працюючи в межах неофункціоналізму, порушує питання співвідношення порядку і соціальної дії та стверджує, що довкола узгодження цих явищ має бути зосереджений дискурс соціальних наук. Аналізуючи теоретичні напрацювання класиків соціологічної науки, Дж. Александер запропонував умови розробки синтетичної теорії, яка б змогла подолати класичний антагонізм у цьому питанні: необхідно звертатися до класичної соціологічної спадщини, переосмислювати її, аби задавати рамки дискурсу сучасної соціології (Alexander, 1988). Хоча й неофункціоналізм на думку соціолога був перспективною теорією відносно розв'язання проблеми співвідношення суспільства і соціальної дії, але сам Александер пізніше визнав, що він є скоріше тенденцією, яку теж можна переосмислювати (Alexander, 1998).

Іншою версією неофункціоналізму є теорія системного аналізу Н. Лумана, методологічним підґрунтям якої є функціональний структуралізм. Суть цієї ідеї полягає не в аналізі структури і її функцій (як у Парсонса, де структура передує функції), а в розгляді проблеми, і відповідно того, які структури могли б виконувати функції (вибирати відповідну структуру зважаючи на її функцію). Виходячи з цього, будь-яку структуру можна буде замінити іншою при умові еквівалентності її функції. Функції виконують не індивіди, функції реалізуються в процесі комунікації, яку можна спостерігати як дію приписану конкретній людині. Досліджуючи раціоналізацію дії, Н. Луман стверджує, що соціальна система не вміщує в собі ціннісної характеристики, а полягає в цілепокладанні – процесі, при якому цілі можуть корегуватися з боку особистості як іншої системи. Ціннісні орієнтації є

атрибутом саме особистості, яка може мати свої мотиви. Раціональність, на думку Лумана, неможливо однозначно операціоналізувати, а тому вона є фактором існування системи, а не тим, що її визначає (Луман, 2011). Н. Луман також досліджував те, як відбувається символічне кодування соціальної поведінки та формування у людей спільних цінностей. На відміну від Парсонса, який говорив про ціннісний консенсус, Н. Луман дотримується думки, що утворення соціального порядку відбувається тоді, коли конкретна людина «задає час, запускає дію, робить пропозицію або самопрезентацію і тим самим ставить інших перед необхідністю реагувати», після чого запускається циркуляція комунікації і народжується поведінка системи – її самореферентність (Соболевська, 2012, с. 26). Застосування неофункціоналізму до вивчення інтернет-поведінки допомагає розглядати інтернет з позиції соціальної системи, яка виконує певні функції та забезпечує комунікацію і тим самим впливає на соціальні відносини. Враховуючи принципи неофункціоналізму, дослідники можуть аналізувати роль інтернету у формуванні соціальної спільноти, підтримці соціальних зв'язків та поширенні інформації у суспільстві.

Комунікація – це ще одне важливе поняття, яке необхідно розглянути при дослідженні соціально-політичної інтернет-поведінки, оскільки комунікацію в мережі можна трактувати як специфічний вид онлайн-практик.

Комунікація трактується німецьким соціологом Ю. Габермасом як будь-яка форма мовної взаємодії. Причому комунікативна дія – це інше поняття, яке є різновидом комунікації. Комунікативна дія можлива за умови інтеракції, де дії суб'єктів комунікації координуються. Мову в процесі координації можна використовувати різними способами й це зумовлює існування двох видів діяльності, які Ю. Габермас називає стратегічною та комунікативною діями. Стратегічна дія відбувається, коли мову використовують лише задля передачі інформації, а комунікативна виникає тоді, коли мова є засобом соціальної інтеграції. Розуміння мовних виразів лежить в основі комунікативної дії, а тому важливо з'ясувати, за яких умов висловлювання стають зрозумілими та

значущими для суб'єктів комунікації. І. Матюшина, займаючись аналізом комунікативної теорії Ю. Габермаса, підсумувала ці умови в такому вигляді: по-перше, людина має володіти мовною компетентністю; по-друге, використовуючи зрозумілий для інших учасників взаємодії спосіб, людина може виразити свої претензії на значущість за допомогою критеріїв істинності (позначити те, що відбувається, як наявне у світі), нормативності (підтвердити легітимність сказаного) та правдивості (засвідчити щирість власних намірів); по-третє, висловлює бажання зрозуміти претензії на значущість висловлювань опонента. Ю. Габермас вважає, що претензії на значущість мовного акту стають можливими завдяки знанням, в структурі яких є три компоненти: знання ситуативного контексту, тематичного контексту та знання підстав, які мають свій корінь у життєвому світі. Життєвий світ – це загальні підстави, завдяки яким у комунікативній ситуації є спільне поле взаємодії. Тобто ці знання – це певні зразки смислів, які передаються через культуру та можуть бути привласнені лише через комунікативне засилля (Матюшина, 2017, с. 68).

Узагальнити модель комунікації Ю. Габермаса можна так: коли один учасник комунікативної дії висуває певне твердження, намагаючись довести його значущість співрозмовнику, інший учасник цю значущість може перевірити, застосовуючи універсальні критерії значущості, які вибудовуються на підставі отриманих знань в іншій комунікативній ситуації. Отже, в основі комунікативної дії має бути порозуміння, яке забезпечується посередництвом мови. Комунікація виконує функцію передачі інформації, що допомагає зрозуміти та виконати соціальну дію. Опираючись на ідею Ю. Габермаса про розрізнення двох типів соціальної дії: стратегічної та комунікативної, можна говорити про дві принципово різні цілі використання можливостей інтернет-середовища. У першому випадку інтернет розглядається лише як інструмент поширення інформації. Інший варіант соціальної дії у віртуальному середовищі зоорієнтований власне на саму комунікацію між індивідами, їхню кооперацію та інтеграцію в дискурс (Мишок, 2021а, с. 82).

В рамках інтегративної соціологічної парадигми варто розглянути напрацювання одного з найвизначніших соціологів сучасності Е. Гіденса, який також зробив вагомий вклад у розвиток теорії глобалізації. Він використовує термін «глобалізація» для опису процесів, коли різні локальні області стають все більш відкритими й взаємозалежними, локальні події можуть мати глобальні наслідки, а глобальні події – впливати на локальні події (Giddens, 1990, p. 64).

Соціолог також займався критичним аналізом традиційних теорій соціальної дії, що призвело до формування його власного підходу – теорії структурації. На відмінну від Т. Парсонса, який одиничний акт вважав елементарною одиницею суспільства, Е. Гіденс вважає, що дії слід розглядати в безперервному потоці поведінкових проявів – діянь, які можуть зупинитися хіба що в разі наявності якоїсь перепони. Е. Гіденс, як і багато інших сучасних соціологів, критикував Т. Парсонса за те, що він окреслював цілі детермінантами діянь. Він зазначає, що людські дії переважно не мають чітких цілей і виводить стратифікаційну модель дії для пояснення її особливостей. Одним з елементів цієї моделі є рефлексивний моніторинг діяльності, за допомогою якого актор здійснює контроль своєї поведінки та очікує певної дії з боку інших в межах повсякденної рутини. Інший елемент моделі – раціоналізація дії, яка означає спосіб організації повсякденної взаємодії, а тому актори більшою мірою можуть описати те, що вони роблять, адже розуміють мотив дії. Ще одним елементом є мотивація діяльності, яка, за Гіденсом, не зв’язана з послідовністю діяльності, притаманною рефлексивному моніторингу та раціоналізації, а скоріше представляє потенційні можливості діяльності. Мотиви мають вплив на дію за умови, коли ситуація стає нестандартною і порушує звичний (рутинний) хід подій, а тому діячі не завжди можуть чітко їх окреслити (Giddens,1984, p. 5-6).

Дії можуть призводити й до неочікуваних та непередбачуваних наслідків, чому Е. Гіденс приділяє особливу увагу. Ненавмисні наслідки від соціальної діяльності можуть спричиняти проблеми для стабільного стану соціальної

системи, відтак, структура повинна постійно змінюватися і враховувати такі тенденції. В цьому і полягає основний принцип теорії структурації – принцип дуальності структури, який означає, що діячі (актори) наново структурують систему. Реальний зв'язок між соціальною структурою та особистістю соціолог пропонує виражати поняттям соціальна практика. Формування соціальних практик є також виявом подвійної природи соціальної структури, яка водночас є творцем і результатом поведінки людей.

Принцип дуальності системи в Е. Гіденса також постає й у зіставленні понять «діяти» та «мати владу». Соціолог вважає, що у них закладене однакове значення – мати можливість змінювати світ. Не існує ситуації, коли в когось може не бути влади. В більшій чи меншій мірі реалізація цілей особи, яка перебуває при владі, залежатиме від кооперації дій підвладних їй людей. Гіденс називає це діалектикою контролю (Giddens,1984, p. 16). Якщо провести аналогію з соціально-політичною інтернет-поведінкою, то, наприклад, успіх демократизації буде залежати не від впровадження електронних інструментів державою, а від використання цих технологій громадянами.

Важливим при аналізі соціальної дії Е. Гіденс також називає й наявність фізичної присутності, тобто під час сумісних дій актори безпосередньо мають можливість спостерігати один за одним. Відповідний порядок взаємодії тут встановлюватиметься не через сформованість норм і правил поведінки (як це представляли функціоналісти) або через прагнення порозумітися шляхом врівноваження різних претензій на значущість (про що зазначав у своїй теорії Ю. Габермас), а відбуватиметься через доступність до символічних виразів (вербальних і невербальних) та через віру в розумність повсякденного світу (Соболевська, 2013, с. 25). Зважаючи на те, що взаємодія може відбуватися між людьми не пов'язаними часом і простором, Е. Гіденс виокремлює два типи інтеграції – соціальну (коли є одночасна присутність акторів) та системну (коли взаємодія відбувається в розширених часово-просторових умовах). В другому випадку актори будуть взаємодіяти відмінним від умов безпосереднього контакту способом (Giddens, 1984, p. с.28). Гіденс системну

інтеграцію визначає на трьох рівнях: гомеостатичні причинні петлі (циркуляційні причинні відносини при яких перебудування початкових умов у структурі відбуваються через неочікувані наслідки), саморегуляцію через механізм зворотного зв'язку (зміни стають контрольованими) та рефлексивну саморегуляцію (актори за допомогою операції селективної інформаційної фільтрації можуть рефлексувати та регулювати умови системного відтворення аби або підтримати, або змінити наявний стан структури) (Соболевська, 2013, с. 25).

Отже, Е. Гіденс, переосмислюючи традиційні концепції соціальної дії, робить акцент на тому, що актори відіграють активну та креативну роль у системі соціальних відносин. Розмежування Гіденсом соціальної та системної взаємодії дає теоретичну основу для аналізу взаємодії людей у віртуальному просторі, при якій безпосередність зв'язків відсутня, а трирівневість цієї інтеграції дозволяє стверджувати, що така поведінка може мати перетворювальний стосовно структури характер.

На фоні збільшення ролі інформації, появи нових інтернет-технологій та, як наслідок, розвитку глобалізаційних процесів, виникає ще одна концепція пояснення суспільства – теорія мережевого суспільства, основні положення якої заклав іспанський соціолог М. Кастельс. Суспільство інформаційної епохи він називає мережевим через те, що воно будується мережами виробництва, влади та досвіду, в результаті чого в глобальних потоках, що перетинають час і простір, утворюється культура віртуальності. Категорія потоку в теорії мережевого суспільства М. Кастельса виступає базовим поняттям, яке трактується ним як цілеспрямовані, програмовані, повторювані, послідовні процеси обмінів та взаємодій між соціальними акторами, а точніше між позиціями, які ці актори займають в різноманітних структурах суспільства. В рамках існування таких потоків зароджується нова форма комунікації – масова самокомунікація (процес який самогенерується, самоспрямовується та самовідбирається). Через те, що нова сфера комунікації, в основі якої покладені комп'ютерні мережі, характеризується цифровізацією

мови, глобальною інтерактивністю, доступністю інформації мережеве суспільство є відкритим. М. Кастельс вважає, що мережеве суспільство побудоване на двох взаємозалежних рівнях: на рівні мікромереж, де відбувається спілкування та прийняття рішень між людьми обличчям до обличчя та на рівні макромереж, де прийняті рішення імплементуються (Castells, 2010). Українська політологиня Е. Вайнова пропонує додати ще третій рівень мереж – мезомережі. При аналізі такого сучасного інструмента як електронна демократія з позиції мережевої теорії М. Кастельса дослідниця інтерпретує трирівневість мереж так: на рівні мікромережі відбувається формулювання політичних рішень з боку лідерів у суспільстві та їхніх колег; на рівні мезомережі відбувається обговорення запропонованих ідей та проблем експертами та зацікавленими групами; на рівні макромереж із широкою периферією громадянського суспільства відбувається популяризація отриманих рішень та їхня імплементація. Через те, що ці рівні є взаємозалежними, комунікація відбувається і у зворотному порядку. Так, з макромережі підтримка і вимоги проходять через мезомережі та артикулюються безпосередньо на мікрорівні (Войнова, 2021, с.15).

Повертаючись до підходу Н. Черниш, на третьому етапі розвитку соціологічної науки (доби множинності глобалізацій) і з настанням постмодерну, ідея теоретичного синтезу змінилася на поліпарадигмальність науки, яка розглядається як простір дискурсивного бродіння. Тобто соціологія пояснює суспільство послуговуючись не мікро- чи макротеоріями або їхнім поєднанням, а скоріше розглядає існування соціальних явищ на різних рівнях паралельно. Центральними для соціології стають поняття глобалізації (в множині), глокалізації, нових типів раціоналізації, а також питання плинності, соціальної нерівності переважно нематеріального характеру (мережевої), соціальної мобільності, зокрема й віртуальної (Черниш, 2017).

Американський соціолог Дж. Рітцер в рамках своєї концепції макдональдизації вважає, що сучасні повсякденні практики характеризуються посиленням формальної раціональності. Однією з рис макдональдизації Дж.

Рітцер називає контроль через заміну людських технологій на уніфіковані операції, що призводить до виникнення проблеми ірраціональної раціональності, яка означає, що поряд із підвищенням ефективності, оптимізацією виробництва та пов'язаних із ним процесів соціальної взаємодії зростають також побічні тенденції з руйнівними для самої раціональності наслідками. В ракурсі макдональдизації ними є неефективний розподіл, дегуманізація суспільства і людини, забруднення навколишнього середовища тощо (Шелухін, 2013, с.75).

Розмірковуючи над завданням соціології, М. Фуко, а потім і Б. Латур зазначають, що не варто при дослідженні соціальних явищ ставити їх у рамки конкретної концепції, а потрібно займатися аналізом зв'язків та відносин. М. Фуко в рамках своєї концепції влади та Б. Латур у своїй мережевій теорії розглядають суспільство як розмиту субстанцію, в основі якої є актори-гібриди, які володіють людськими і нелюдськими властивостями. Під час дій актори стають акторами-мережами через включення в безліч відносин, страт і практик, що конституюють можливості дій, і що вказує на неможливість фіксування окремих параметрів поведінки. М. Фуко та Б. Латур відмовляються від так званої вертикальної ієрархії чинників, які можуть мати роль у розвитку суспільства. Вони стверджують, що будь-що (людське і нелюдське) може мати значення, варто тільки його виявити (Казаков, 2017, с. 86).

Особливої уваги потребує вироблена визначним соціологом сучасності П. Штомпкою послідовність теоретичних категорій, які позначають сфери людської активності. Цей підхід дозволить нам чітко розділити концепти: дія, діяльність, поведінка, практика, а також зрозуміти взаємозв'язок між ними. Для майбутньої інтерпретації поняття соціально-політичної інтернет-поведінки підхід польського соціолога є одним із ключових.

П. Штомпка розпочинає ланцюг концептів з поняття поведінки, яке трактує як зовнішні прояви, що можна спостерігати у фізичному просторі. Дією є наділена значенням поведінка, оскільки однаковий поведінковий акт може мати різний для людей сенс. Значення поведінці надає насамперед

індивід, який діє (інтенціональне значення), а також група, до якої цей індивід належить (спільно прийняте значення). Значення надане поведінці групою називається культурним, оскільки культура задає зразки поведінки, які ми реалізуємо, коли хочемо досягнути певних цілей. Індивіди можуть порозумітися, бо переймають культурні значення через соціалізацію та навчання. Дії, орієнтовані на інших людей, називаються соціальною діяльністю. Соціальні дії у П. Штомпки – це дії, які проявляються у зв'язку з актуальними чи потенційними реакціями на дії інших осіб. Тобто той, на кого спрямована дія, уже не є пасивним суб'єктом, а стає партнером, що може зреагувати, принаймні потенційно. Вчинки людини залежать від інтенціонального та культурного значення, яке приписується особою власним діям та очікуваним діям партнера. П. Штомпка, посилаючись на М. Вебера, виокремлює традиційні (рутинні, ритуальні, автоматичні, неусвідомлювані), афективні (задля вияву емоцій) та раціональні (орієнтовані на ціль – інструментальні, на цінність – автотелічні) дії. Соціолог визначав суб'єктивну раціональність, коли кожен індивід матиме своє розуміння вигоди й затратності поведінки та очікувану раціональність – розуміння того, чого хоче партнер (через знання його особи, репутації, мови тіла, культурних законів). П. Штомпка також зазначав, що наслідування ритуалів та вдавання емоцій – це раціональні дії, оскільки людина таким чином намагається досягнути певних цілей – не виділятися у спільноті чи маніпулювати діями інших. Дії, які реалізуються задля досягнення певного результату, називаються волюнтаристськими. В такому контексті розуміння дії варто згадати ще модель громадянського волюнтаризму запропоновану С. Вербою, К. Л. Шлоцманом і Г. І. Брейді, в основі якої лежать три чинники дії – ресурси (час, гроші, навички), мотивація (сукупність психологічних стимулів для поведінки) та мобілізація (спонука до активності), яку, до речі, П. Штомпка називає підприємницькою діяльністю (Verba, Schlozman & Brady, 1995).

Далі П. Штомпка у своїй послідовності категорій людської активності виокремлює соціальний контакт, яким позначає швидкоплинну взаємодію.

Наступним щаблем є соціальна взаємодія (інтеракція) – динамічна, неперервна послідовність соціальних дій взаємно зорієнтованих одна на одну. До елементів соціальної взаємодії соціолог зараховує єдність осіб та їхніх дій, місце та час. Єдність дій означає, що партнери погоджуються з тим, що вони роблять, приймають спільні правила поведінки. Простір і час є важливими при безпосередніх взаємодіях (дотримання просторової дистанції згідно з нормами етикету, своєчасна відповідь тощо). У сучасному діджиталізованому суспільстві просторовий і часовий виміри уже є не настільки важливими, оскільки виникає дедалі більше непрямих взаємодій. П. Штомпка взаємодію двох осіб називає простою соціальною взаємодією, а ситуацію зі збільшенням учасників цього процесу – мережею взаємодій (що є характерним для представників мережевих теорій). Взаємодія може бути повторюваною і регулярною. Відмінність між цими типами, на думку Штомпки, в тому, що регулярна взаємодія укладається у певні часові інтервали і це може сформувати призвичаєння, чого не можна сказати про повторювану взаємодію. Регульованими називаються взаємодії, коли в їх учасників є певні повинності та обов'язки згідно з їхніми ролями. Таким чином П. Штомпка доходить то поняття соціальних відносин, під яким він розуміє «абстрактний зв'язок між суспільними позиціями, що реалізуються у багатьох взаємодіях, які полягають у виконанні взаємно зорієнтованих, нормативно приписаних соціальних ролей» (Штомпка, 2020, с. 127-128).

Також польський соціолог вважає, що суспільство та особистість, структура й агент є одночасно і автономними, і взаємопов'язаними між собою. Структуру не можна уявити без агента, так само як агенти не можуть існувати поза структурою. Особистість певним чином є обмеженою в структурі, але вона все ж має певну свободу, що дозволяє їй бути активним діячем – суб'єктом, агентом соціальних змін. Тому П. Штомпку також можна зарахувати до плеяди соціологів теоретиків агент-структурної інтеграції. Соціальна практика, за П. Штомпкою, формується за допомогою операцій (те, що відбувається в структурі) та дій (те, що роблять люди) тут і зараз (вимір

часу і контексту), а тому суть соціальної реальності полягає у злитті індивідуальних дій та соціальних фактів. Соціальна практика впливає і на структуру, і на агентів. Структурами є соціальні системи як цілісності (суспільства, культури, цивілізації), а їхні зміни відбуваються через створення чи трансформацію нових мереж взаємовідносин.

Щодо визначення цілей діяльності, то польський соціолог визначає декілька варіантів. По-перше, є дії, які спрямовані конкретно на створення, підтримку чи зміну структур. Тут мова йде про введення нових норм, відносин та ієрархій. По-друге, є дії спрямовані на людей, які також можуть призводити до соціальних змін, але опосередковано (виховання, освіта тощо). По-третє, є дії спрямовані на природні чи створені людиною об’єкти. Виходячи з цього, П. Штомпка стверджує, що люди беруть участь у творенні історії по-різному – є «звичайні люди», вклад яких є незначним, та є «великі люди», дії яких дають сильний поштовх до соціальних змін. Дії «великих людей» можуть бути цілеспрямованими, коли агенти свідомо намагаються змінити світ і нецілеспрямованими, коли їхня активність запускає ланцюг подій, що призводять до непередбачуваних наслідків (Штомпка, 2020, с. 322-329).

Соціальну практику як посередника між структурою та особистістю розглядає і відомий французький соціолог П. Бурдьє. У своєму конструктивістському структуралізмі (структуралістському конструктивізмі), оперуючи категоріями габітусу та соціального простору, соціолог описує подвійний та непомітний зв’язок між тривалими та відтворюваними системами схем сприйняття, оцінками дій та полями як системами об’єктивних відносин. Тобто, соціальні структури у формі полів обумовлюють (але не детермінують) практики та уявлення агентів, а агенти виробляють практики й тим самим відтворюють і перетворюють структури. На нашу думку, підхід П. Бурдьє найкраще дозволяє розв’язати основні дилеми, поставлені перед соціологами сучасності: пояснення взаємозв’язку людської діяльності та соціальної структури, питання стабільності та динамічності соціальних процесів, а також обґрунтування чинників розвитку суспільства

загалом. Тому підхід французького соціолога ми беремо за основу для концептуалізації поняття соціально-політичної інтернет-поведінки. В наступному підрозділі ми, опираючись на основні положення соціологічної теорії П. Будьє, детальніше спробуємо пояснити специфіку авторського дослідження соціально-політичної інтернет-поведінки.

Здійснений аналіз наукових теорій дозволяє нам виявити не лише взаємозв'язок людини та системи, але й виокремити логічну схему процесу, який відбувається всередині соціальної практики як сполучної тканини мікро- та макрорівнів. Під час теоретичного огляду використовувалися основні поняття «дія», «діяльність», «поведінка», які, хоч і схожі за значеннями, але все ж відрізняються. Тому, на нашу думку, для адекватного трактування головного концепту в рамках цього дисертаційного дослідження – соціально-політичної інтернет-поведінки, варто зіставити ці поняття та укласти загальну схему пов'язаних елементів, з допомогою яких реалізовуються соціальні практики. Використовувати для цього ми будемо також і сучасні тлумачення цих понять, які теж найчастіше ґрунтуються на роботах проаналізованих вище в підрозділі.

Первинним елементом соціальної практики є дія, яку Т. Парсонс вважав основною одиницею соціологічного аналізу. Дія включає наявність агента або діяча (actor), певної мети або орієнтації на майбутній результат, а також ситуації, що складається з умов, засобів дії та сукупності норм, що спрямовують дію. Дія є окремим елементом діяльності, спрямованим на виконання конкретного завдання. Сукупність дій організовує діяльність. Діяльність пов'язана з поняттям активності, але вони не є тотожними. Різниця між ними в тому, що діяльність людина проявляє через потребу в чомусь, а активність, своєю чергою, виходить із потреби самої діяльності. Тобто бажання щось робити означає для людини уже бути активною. Активність та діяльність пов'язані між собою – перша наче передує другій в часі, супроводжує її протягом усього процесу. Діяльність відрізняється і від поведінки, хоч чітку межу провести між ними досить складно. Головна

відмінність, на нашу думку, полягає в тому, що поведінка є не завжди цілеспрямованою, не завжди передбачає створення нового продукту, досить часто має пасивний характер; діяльність завжди цілеспрямована, передбачає створення нових продуктів (Мишок, 2022d, с. 154). Поняття «поведінка» в сучасних словниках трактують на біологічному, психологічному та соціальному рівнях (Біленький & Козловець, 2006, с. 215). Розглядаємо поведінку, яка стосуватиметься чи зачіпатиме інтереси інших людей, тобто поведінку на соціальному рівні – соціальну поведінку. Зважаючи на підхід П. Штомпки, поведінці надає значення дія, отже, ми не можемо розглядати ці концепти в розриві. Тому будемо окреслювати соціальну поведінку фізичним проявом соціальної дії, який можна виміряти на емпіричному рівні. Соціальна поведінка може бути заздалегідь обдуманою, переслідувати конкретну ціль, а може бути й спонтанною, не спрямованою на досягнення якоїсь мети. І тут ми не говоримо про традиційну чи афективну дію, запропоновану М. Вебером, а про дію, яка може призвести до непередбачуваних наслідків, і яка, згідно з Е. Гіденсом, може в процесі соціальних дій змінювати першочергову ціль поведінки.

Поняття поведінки, дії або діяльності можна застосувати до окремого актора. Коли соціальна поведінка отримує нормативні характеристики, легітимізується суспільством, вона набуває інституціоналізованої форми й стає соціальною практикою. Соціальні практики є явищем колективним, масовим, а не індивідуальним чи одиничним (Мишок, 2022d, с. 154)

Схожу схему можна спостерігати в роботі українського соціолога Ю. Резніка, присвяченій аналізу громадянських практик. Соціолог називає сукупність громадських дій, які є зумовленими потребами та спрямованими на досягнення певного результату, громадською діяльністю. Громадська дія, на думку соціолога, може переростати в активність у зв’язку з проявами ініціативності та її інтенсифікацією. Отже, активність є інтенсивнішою формою соціальної дії. Від громадянської діяльності громадянська поведінка відрізняється тим, що вона є зовнішнім її проявом, результатом особистісного

вибору людини, який може бути усвідомленим і неусвідомленим. Тобто громадянська поведінка є певним вчинком людини. Далі, за словами Ю. Резніка, коли громадянська поведінка починає характеризуватися повторюваністю та відтворюваністю, вона переростає в громадські практики (Резнік, 2011, с.36).

Варто завернути увагу й на громадянську орієнтованість поведінки. Поняття громадянської активності, поведінки, участі є поширеними концептами в сучасному українському дискурсі для позначення дії, що відбуваються в громадсько-політичній сфері та стосуються пояснення впливу громадян на функціонування держави. Ми ж пропонуємо застосовувати для поведінки прикметник соціально-політична, аби охопити спектр питань, що стосуватимуться не лише окремої держави чи суспільства (локальний рівень), але й загальнолюдських (глобальний рівень) проблем, які інтегруються в цьому суспільстві (глокалізація). Окрім цього, варто згадати й про принцип дуальності, який тут треба розглядати з точки зору того, як локальні проблеми можуть відігравати роль у глобальних змінах та порядку. Так, поширення захворювання COVID-19 в китайській провінції переросла з локальної проблеми в загальнолюдську пандемію, а війна, що відбувається на території України, має дуже відчутні впливи на увесь світ.

Зважаючи на розвиток сучасних інформаційно-комунікативних технологій, зокрема інтернету, соціальна поведінка набуває все нових форм та характеризується своїми специфічними рисами. Раніше віртуальна поведінка в інтернеті визначалася другорядною формою, яка спрощує деякі практики та полегшує життя людини. Однак існування вищезазначених проблем виносить інтернет-поведінку на передній план в соціальних практиках, і таким чином її роль у суспільних процесах підвищується.

Завдяки такій загальній схемі (Додаток 9) можна зрозуміти сутність і роль соціально-політичної інтернет-поведінки у цій ієрархії. Використання саме концепту «поведінка» зумовлено тим, що в соціально-політичних процесах актор може проявляти цілеспрямовані та нецілеспрямовані форми поведінки,

а також тим, що ми аналізуватимемо конкретні прояви людської поведінки у доконаному стані (ті, які можна виявити емпірично). Під соціально-політичною інтернет-поведінкою (СПІП) розуміємо онлайнову поведінку, яка, залежно від її форми, є засобом впливу на соціально-політичні проблеми суспільстві та, враховуючи уже згаданий неодноразово принцип дуальності, в сукупності з соціальними діями інших учасників суспільства в рамках соціальних відносин може забезпечувати його зміни та поступ.

1.3. Соціологічне моделювання дослідження інтернет-поведінки в межах структуралістського конструктивізму П. Бурдьє

Ми вже з'ясували, що СПІП є елементом соціальної практики, яка проявляється діячами (агентами) за допомогою сучасних інтернет-технологій. У зв'язку тим, що поведінка людини характеризується опосередкованістю та може бути асинхронною, практики набувають віртуальної форми, але вони не перестають здійснювати вплив на соціальні процеси.

В цьому підрозділі ми поставили собі подвійну мету: з одного боку, дати відповідь на питання як і чому індивід (в нашому випадку користувач), проявляє поведінку в інтернеті, а з іншого боку – з'ясувати, яким чином окремі поведінкові акти (дії) соціально-політичної інтернет-поведінки громадян, зокрема української молоді, можуть сприяти змінам у соціальних процесах та структурах. Відповіді на ці питання даватимемо опираючись на структуралістський конструктивізм П. Бурдьє. Розпочнемо з огляду теорії французького соціолога, а пізніше на її основі схарактеризуємо соціальну-політичну інтернет-поведінку.

Найзагальнішим поняттям, в якому вміщаються всі інші соціальні явища та феномени, у П. Бурдьє є соціальний простір. Це абстрактне середовище, яке може реалізовуватися у фізичному просторі через розподіл різних благ і послуг у фізичному світі, а також через тілесність агентів, їхню фізичну локалізованість (місце роботи, життя тощо) (Bourdieu, 1989).

Соціальний простір є ансамблем відносно автономних соціальних полів і структурується через нерівний розподіл окремих видів капіталів, які, окрім цього, можуть виступати ще й ціллю боротьби у різних полях.

Соціальне поле як структуру нижчого рівня Бурдьє визначає мережею, конфігурацією об'єктивних відносин між позиціями агентів. Використовуючи метафору гри, соціолог пояснює поняття поля як змагання гравців, яких гра захоплює і які володіють певними ставками (капіталами), що великою мірою є і результатом змагань. Є козирні карти – капітали, які в конкретному полі у конкретний час мають більшу вагу. Тобто капітал є водночас і ставкою, і зброєю у боротьбі, тим, що дозволяє у конкретному полі отримати владу, вплив, а, отже, існувати в цьому полі. Гравці можуть грати не лише, щоб зберігати чи примножувати свій капітал, але й щоб змінювати частково чи повністю правила гри (боротьба за символічну владу – владу конструювати реальність) (Бурдьє & Вакан, 2015, с. 56).

Держава для Бурдьє – це сукупність полів, що є простором для боротьби за владу творити та нав'язувати набір обмежень і норм. Тому конструювання держави йде паралельно з конструюванням поля влади, що є простором для гри, в якій володарі різних видів капіталів змагаються зокрема й за владу над державою – державним капіталом, який, зрештою, дає владу над іншими типами капіталів (Бурдьє & Вакан, 2015, с. 70).

Окрім того, що є особи чи групи, які своїм домінуванням диктують правила гри, є й ті, які можуть бути незгодними з цим і чинити супротив. П. Бурдьє вважає, що соціальний світ заснований на внутрішній динаміці та логіці, а тому домінанти мають враховувати опір пригноблених та підлаштовуватися під них. В іншому випадку виникає так званий апарат, який П. Бурдьє називає патологічним станом поля. Тоді, коли панівному класу вдається подолати супротив і реакції пригноблених, коли всі процеси й рухи відбуваються згори донизу, настає кінець історії. Однак, за словами соціолога, такого стану досягти складно навіть найрепресивнішим тоталітарним режимам.

Еманацією поля є індивід. З позиції П. Бурдьє, не індивід має бути об'єктом аналізу суспільних наук, а поле, хоча його й не можна сконструювати без індивіда. Індивіди в його теорії існують як агенти, що соціально конституюються як такі, що є активними та діють відповідно до визначених у полі ролей та позицій, щоб бути якомога ефективнішими у цьому полі. Індивід без поля не може бути агентом. Позиція агента в соціальному просторі визначається його позицією в конкретному полі. Ця позиція залежить від влади (можливості діяти), яку має агент, отриманої від наявного в нього капіталу. Позиція залежить не лише від того, яким об'ємом капіталів володіє агент, але й від наявного розподілу різних видів капіталів. Займаючи певні позиції в соціальних відносинах поля, які реально існують і є юридично підтверджені, агенти таким чином «об'єктивуються» в інституціоналізованих статусах. Володіючи такою позицією, агент може мати владу в одному полі та потенційну владу в інших, завдяки чому має можливість отримати доступ до специфічних вигод. Поняттям вищого порядку, яким оперує П. Бурдьє, є клас. В його розумінні, клас – це сукупність агентів, які займають подібні позиції у подібних умовах і володіють схожими диспозиціями та інтересами, а тому ці агенти можуть проявляти схожі практики. Причому, клас – це не реальні об'єднання людей, це скоріше умовна характеристика для потенційної простішої мобілізації агентів через подібність їхніх властивостей (Bourdieu, 1987).

Отже, агенти, умовно об'єднані в класи, які володіють схожими властивостями та займають певні позиції у взаємодії з іншими, організовують соціальні поля. Ці агенти водночас є створені полем, але також отримують право на участь у ньому за умови володіння конкретними необхідними якостями й формами капіталів.

П. Бурдьє виділяє 3 фундаментальні види капіталів: економічний культурний та соціальний. Економічний капітал конвертується в гроші та інституціоналізується у формі права власності. Культурний капітал набуває трьох форм: інкорпорований стан (існує у формі довготривалих диспозицій

розуму й тіла), об’єктивна форма (форма культурних товарів – книг, картин тощо), інституціоналізований стан (виступає у формі об’єктивації – освітня кваліфікація). Соціальний капітал – це сума актуальних і віртуальних ресурсів, що є в індивіда чи групи завдяки стійкій мережі більш-менш інституціоналізованих відносин. Простіше кажучи, це членство людини в групі, яка дає їй опору у вигляді «репутації», що дозволяє отримувати різноманітні кредити. Зрозуміло, що така мережа взаємовідносин не формується раз і назавжди. Вона є продуктом інвестиційних індивідуальних і колективних стратегій, свідомо чи несвідомо націлених на формування та відтворення соціальних відносин. Тому відтворення соціального капіталу – це безперервна робота щодо встановлення соціальних зв’язків та обмінів, під час яких визнання постійно підтверджується. Продукування соціального капіталу потребує й інших ресурсів (чи інших форм капіталу), як-от тимчасові та матеріальні витрати. У зв’язку з цим можна стверджувати, що ті, хто володіє великим обсягом капіталу інших форм, мають більше можливостей формувати соціальний капітал. У П. Бурдьє також фігурує ще й інший тип капіталу – символічний, який пов’язаний з усіма іншими капіталами та символічною владою – влада, яка існує тому, що ті, хто їй підкоряється, вірять, що вона існує. Тобто в розумінні П. Бурдьє, символічний капітал – це будь-яка форма капіталу, визнана легітимною членами суспільства (Bourdieu, 1985).

Для того, аби подолати традиційне протиставлення діяльності та структури, П. Бурдьє вводить у свою теорію поняття габітусу, яке є одночасно структурою і структурувальним механізмом. За допомогою габітусу можна розглядати соціальні практики як основу для відтворення суспільства. Це також означає розгляд соціального життя у процесі та в часовому вимірі. Для того, аби показати відмінність свого вчення, П. Бурдьє, називаючи свою теорію праксеологією, зазначає, що в її основі лежить принцип подвійної історичності ментальних структур. Він означає, що габітус залучає схеми сприйняття, які походять від результатів соціалізації й взагалі від онтогенезу, а ці результати випливають з історичної праці декількох поколінь –

філогенезу. Подвійна історичність габітусу, як зазначає П. Бурдьє, не уможливлює відтворюваність суспільства. Суспільство відтворюється завдяки стратегіям і практикам, за допомогою яких агенти себе вписують у час і світ (Бурдьє & Вакан, 2015).

Габітус – це відкрита система диспозицій, яка постійно коригується залежно від досвіду, який може підсилювати чи змінювати її структури. Габітус є вписаний у час і на практиці відсилає до майбутнього завдяки минулому, продуктом якого він є. Габітус є інтеріоризацією зовнішніх умов, що відрізняє його від поняття ролі, яка трактується як певний набір очікувань, що існують поза індивідом. Способи поведінки, запропоновані габітусом, не є свідомим проєктом, а є «чуттям гри», само собою зрозумілими правилами. Габітус не детермінує практику, а просто «пропонує» людині способи поведінки. Вибір залишається за людиною, хоча вона й певним чином є обмеженою габітусом.

Зрозуміло, що людина може займати різні позиції у різних соціальних полях, тому є й різні габітуси, які вона формує в процесі довготривалого перебування на тій чи іншій позиції. Зрештою, людина володіє певними набором габітусів, які більше чи менше впливають (і це залежить від її вибору) на практики, що є аргументом для креативності та агентності індивіда. П. Бурдьє також визначає, що габітус може перебувати у стані гістерезису – трансформації, у зв’язку зі зміною позицій агентів та умов середовища (Осипчук, 2013, с. 6). Коли габітус перебуває у перехідному стані, агенти діють у новому середовищі відповідно до стратегій, в основі яких лежить не розсуд, а несвідомі реакції, що дозволяють агентові постійно адаптуватися до будь-яких нестандартних умов. Стратегічна поведінка, на відміну від тієї, яка, за опосередкування габітусу, є раціоналізованою й очікуваною у звичному полі, характеризується волюнтаризмом та залежністю від нових умов, що призводить до непередбачуваності людиною наслідків від поведінки (Соболевська, 2011, с. 8). Тоді, коли нові умови засвоюються як звичайні, габітус набуває нової форми. Це особливо добре прослідковується на прикладі

включення сучасних інтернет-технологій у різні сфери життєдіяльності. Спочатку, використовуючи незвичні для себе способи інтернет-поведінки, людина може не розуміти, до чого це призведе, та діяти ніби навмання, але після отримання досвіду (позитивного чи негативного) в таких ситуаціях людина з часом починає нормалізувати інновації та при можливості передавати свій досвід іншим.

Тепер, отримавши загальне уявлення про специфіку поведінки в теорії П. Бурдьє, ми окреслимо особливості авторського дослідження соціально-політичної інтернет-поведінки. Об'єкт нашої дисертаційної роботи – українську молодь, зокрема й студентство, як активних користувачів сучасних інтернет-технологій вважаємо агентами – діячами у соціальному просторі, які, проявляючи соціально-політичну інтернет-поведінку, вступають у соціальні відносини й утворюють соціальні практики, завдяки яким відтворюють та перетворюють соціальний простір.

Особливість соціально-політичної інтернет-поведінки молодих користувачів зумовлена в першу чергу системою диспозицій, які людина формує в процесі дорослішання, соціалізації, навчання. Розглядаємо габітус молодої людини крізь призму її інтересів, стереотипів, цінностей, потреб, мотивації, рис характеру зміст та рівень яких можуть зумовлювати певні форми інтернет-поведінки. Ці ментальні структури, які задають траєкторію для руху, формуються та підтримуються в процесі активної діяльності та взаємодії з іншими через первинне включення індивідів в різні соціальні поля – сім'я, освіта, друзі, медіа тощо. Певним чином вони обмежені досвідом попередніх поколінь. Така інтеріоризованість габітусу в теорії П. Бурдьє часто критикується соціологами за те, що ця характеристика не забезпечує обіцяного соціологом синтезу діяльності та структури, оскільки агентам, які в ході соціалізації несвідомо піддаються впливу структури, в такому разі не буде притаманна власна воля дії. Оскільки в рамках нашої дисертаційної роботи ми не ставили за мету долати такого роду суперечності, а досліджуємо особливості поведінки молоді в конкретному часовому відрізку у визначених

культурних умовах, для нас поняття габітусу є важливим у тому сенсі, щоб враховувати зв'язок між умовами існування, представленими об'єктивними структурами суспільства, та структурами сприйняття, що впливає потім на поведінкові прояви. А тому ставимо за необхідність приділяти особливу увагу аналізу походження, виховання та освіти молодих українців. Але зауважимо, що у зв'язку з появою у процесі соціалізації особистості такого чинника як інтернет, вибір способів поведінки розширюється. Тому певним чином може забезпечуватися і свобода вибору. Ми враховуємо і той факт, що людина своїми стратегічними проявами може змінювати й саму структуру.

Далі важливо окреслити позиції, які займають молоді користувачі у соціальному полі, адже, як ми уже з'ясували, у кожному такому середовищі є визначені правила і норми (соціальні інституції), які мають засвоїти та дотримуватися усі учасники цього поля (габітус на рівні структури). Отримання позиції залежатиме не лише від особистісного інтересу, але й від наявного об'єму в агента (користувача) різних форм капіталів, що також допомагає агенту діяти в рамках певної позиції.

Беручи до уваги логіку П. Бурдьє, задля дослідження соціально-політичної інтернет-поведінки розглядаємо наявність у молодих українських користувачів економічного, культурного, соціального капіталів. При аналізі економічного капіталу студентської молоді ми досліджуємо наявність у студентів матеріальних ресурсів (технічні засоби для виходу в інтернет) та фінансові ресурси (наявність грошей та можливість оплати доступу до інтернету). Наявність культурного капіталу у студентської молоді декларуємо при наявності відповідних знань на рівні загальної середньої освіти, при виявленні рівня громадянської освіченості та рівня володіння цифровими навичками й компетентностями. Соціальний капітал у вигляді мережі зв'язків розглядається у двох версіях – отриманий від батьків та набутий через зайняті позиції у різноманітних полях. Якщо брати до уваги студентську молодь, то розглядаємо набуту мережу зв'язків в університеті, в різних організаціях, до яких вони є долучені, а також в інтернет-середовищі. Символічний капітал в

нашому дослідженні розглядаємо як ресурс, необхідний для отримання влади без застосування примусу та насильства. Тому приділяємо увагу питанням авторитету та репутації. Розглядаємо такі форми символічного капіталу з двох точок зору: по-перше, наявність у студентів авторитету та репутації в таких масштабах, щоб впливати на дії інших людей, по-друге, наявність авторитету й репутації в інших користувачів та їх вплив на інтернет-поведінку студентів.

Володіючи різними пропорціями капіталів, молодь може займати низку позицій та належати до певних полів. Відповідно до цього розглядаємо включеність української студентської молоді до політичного та соціального поля, а також визначаємо окремо й віртуальне поле. Приналежність українського студента до політичного поля прослідковуватиметься через включення у мережу відносин та володіння статусом в рамках політичної партії. За аналогією з соціальним капіталом, соціальне поле розділяємо на підполя – університетське середовище, професійне середовище та середовище громадських організацій. Віртуальне поле ми не розглядаємо як можливість потенційного включення до інших полів, а беремо до уваги включеність агента в інтернет-середовище – відвідування інтернет-медіа, сайтів, використання соціальних мереж тощо.

Дослідження означених чинників дозволить виявити їхню роль у проявах різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки, а глибинний аналіз досвіду цієї поведінки допоможе з’ясувати її значення у формуванні агента соціально-політичних процесів, зокрема учасника розбудови громадянського суспільства в Україні.

Висновки до першого розділу

Вивчення поведінки, включаючи її прояви в інтернеті, в ракурсі соціогуманітарних дисциплін, як-от філософія, політологія, психологія та економічна теорія, дозволяє зрозуміти вплив цифрових технологій на суспільство та індивідів з кількох перспектив. У філософському підході вивчаються етичні та моральні питання, пов’язані з використанням інтернету,

інформаційної безпеки, приватності, та інші аспекти віртуальної реальності. Економічна теорія досліджує особливості споживчої поведінки в онлайн-середовищі та вплив інтернет-технологій на економічну сферу, розвиток онлайн-бізнесу та електронну комерцію. Психологія зосереджується на вивченні впливу інтернету на психіку та поведінку людини, зокрема досліджує питання залежної поведінки в інтернеті, онлайн-агресії, спілкування у віртуальному середовищі. У політології досліджується вплив інтернету на політичну поведінку та участь громадян у політичному процесі, а також роль інтернет-технологій у маніпулюванні політичною свідомістю та формуванні політичної культури.

Соціологічний напрямок дослідження соціально-політичної інтернет-поведінки характеризується глибинним аналізом основи її проявів – соціальної поведінки. Тенденції зміни поведінки залежать від стану самого суспільства, що впливає на дискурс соціологічної науки, а тому прослідковуються різні погляди на трактування соціальної поведінки та причин її проявів в історичній перспективі. Соціологія доглобалізаційного періоду пояснювала соціальну поведінку з точки зору макро- та мікропарадигм. Перша зосереджується на дослідженні соціальної поведінки на макрорівні, тобто на рівні суспільних структур та процесів. Цей підхід орієнтований на дослідження соціальних інститутів та систем, які впливають на поведінку людей. Мікропідхід, також відомий як інтеракціоністський, зосереджується на вивченні соціальної поведінки на мікрорівні, тобто в контексті індивідуальних взаємодій. Цей підхід орієнтований на дослідження того, як люди взаємодіють один з одним, як вони сприймають та тлумачать світ та як це впливає на їхню поведінку. Соціологія періоду становлення й розвитку глобалізаційних та інформаційно-комунікативних процесів змінила свій дискурс в напрямку синтезованої теорії, основною тезою якої є зіставлення індивіда та структури, виявлення їхньої взаємозалежності, що дозволяє розглянути людину не лише продуктом соціальної структури, але й визначити її суб’єктну значущість. Ця парадигма дозволяє зробити припущення про те, що користувач, який проявляє певні

форми соціально-політичної інтернет-поведінки, може виступати в ролі агента змін у суспільстві, зокрема своїми активними соціально-політичними онлайн-практиками громадяни можуть сприяти розвитку громадянського суспільства. Соціологічна концепція П. Бурдьє при цьому найкраще допомагає з’ясувати причини соціально-політичної інтернет-поведінки завдяки вивченню впливу на неї габітусу, капіталів та середовищ у соціальному просторі.

РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ УКРАЇНСЬКОЮ МОЛОДДЮ

2.1. Поняття соціально-політичної інтернет-технології

В основі соціально-політичних інтернет-технологій лежить низка концептів, серед яких в науковому дискурсі окремо розглядаються саме поняття технології та її різновидів: соціальних, політичних, комунікативних та інформаційних.

Існування технологій почалося тоді, коли й людина виникла як розумна істота. В перекладі з грецької (τέχνη — уміння і λόγος — думка) технологія означає сукупність методів, прийомів обробки та перероблювання матеріалів або сировини (Фоміних, 2009, с. 398). У багатьох словниках можна знайти аналогічне визначення технології, яке тяжіє до матеріально-виробничого підходу, тобто трактується як набір методів та способів оброблення, продукування, зміни стану, якостей, форми, сировини чи матеріалу під час виробництва конкретної продукції (Климанська, 2007, с. 237).

Давні мислителі Протагор та Сократ називали технологіями (techne) конкретні спеціалізовані уміння, яких можна було лише навчитися на практиці, накопичуючи особистісний досвід (як-от вміння мореплавання чи гончарства).

З плином часу та розвитком суспільства стало зрозуміло, що обробляти, виготовляти та змінювати можна не тільки матеріальні речі. Технологічні принципи почали поширюватися на інші галузі людської життєдіяльності: виробництво знань і відтворення самої людини (наприклад, технології освіти та виховання). Починає назрівати нове важливе питання: як технологізувати відтворення суспільства й окремі його структури? З метою ефективного перетворення суспільства, соціальних відносин та процесів й задля удосконалення самої людини з’являються так звані соціальні технології (Саппа, 2009, с. 262).

Знання та наукові уявлення щодо соціальної технології розвивалися разом із раціоналізацією людського мислення. Послідовність таких історичних процесів вичерпно розкрито в наукових працях українських дослідників соціолога М. Саппи та політолога О. Поліщука. Первинне розуміння соціальних технологій, хоч і без конкретного трактування, можна прослідкувати в поглядах і концепціях багатьох класиків соціологічної науки. Найпершою теорією є позитивістська філософія О. Конта, в рамках якої було закладено головну ідею майбутніх соціальних технологій з соціологічної точки зору – згладжений еволюційний розвиток суспільства, який враховував всі соціальні фактори та інтереси соціальних груп, що дозволяло уникати неконтрольованих революційних змін у суспільстві (Саппа, 2009, с. 263).

Інший класик соціологічної науки Г. Спенсер, розуміючи суспільство як організм, додав ще один елемент для розуміння соціальних технологій – розвиток є еволюційним та природним, відповідно необхідність людського втручання в соціальні процеси відпадає. Як вважав Г. Спенсер, невтручання уряду в суспільні процеси забезпечує баланс інтересів, а частка тих, хто є менш пристосованими до нових умов, просто перестане існувати природним шляхом, що підтвердить ідеї «органічної» теорії соціолога (Поліщук, 2016, с. 188). Тобто соціальна інженерія і соціальні технології як її інструменти суспільству не потрібні.

Марксистська соціологічна теорія намагалася пояснити та виділити регулятори соціального прогресу (класові суперечності), що здатні визначати напрямок розвитку в усіх сферах суспільної діяльності, а також передбачала можливість конструювати методи та способи впливу на ці фактори (Саппа, 2009, с. 263). Розвиваючи ідею К. Маркса щодо можливих регуляторів розвитку суспільства, М. Вебер додав ще духовні, ірраціональні чинники, які відіграють не меншу роль, ніж соціально-економічні фактори. Німецький соціолог, розглядаючи типи легітимної влади, зокрема харизматичний та раціональний, фактично описував технології управління державою. Його концепція раціональної бюрократії змінила застарілі системи організації та

використовувалась для моделі раціонально-технологічного інституту державного управління в розвинених демократичних державах (Поліщук, 2016, 189).

З точки зору соціології Е. Дюркгайма, поведінка людини є регульованою, а, відтак, можна впливати на соціальні взаємодії, які несуть загрози суспільству, що власне є визначальною особливістю соціальної технології – її корисність (Саппа, 2009, с. 263).

Окремої уваги в контексті первинного розуміння соціальних технологій заслуговують погляди соціолога та філософа К. Поппера. Цього науковця можна вважати одним із творців соціальної інженерії та загалом інженерного напряму в соціальних науках. К. Поппер, критикуючи «утопічні» теорії побудови суспільства, пропонував власне розуміння того, яким чином розвивати суспільство – не шукати ідеальної держави, яка будується переважно завдяки диктатурі, а, використовуючи лібералізм та раціональність, формувати так зване відкрите суспільство. Опозиційною до утопічної інженерії соціолог представляє поетапну, часткову інженерію (в оригіналі «piecemeal engineering») (Popper, 1962, p. 157). В основі відкритого суспільства лежить ідея вільного висловлення думки та розумного управління, які є взаємозалежними компонентами, оскільки в процесі обговорення та критичної дискусії суспільство стає раціонально організованим. Безпосередня участь особистості відбувається через соціально-політичні інституції в державі – засоби та інструменти для досягнення конкретних цілей. Тому соціальна інженерія передбачає проєктування та управління соціальними інституціями (Зуєв, 2012, с. 19).

Зародки обґрунтування соціальних технологій прослідковуються в ідеях Т. Парсонса, завдяки яким соціальні технології почали розглядати системно, з наявною структурою, функціями та ролями, які забезпечують необхідні потреби суспільства (Поліщук, 2016, с. 189). Як уже згадувалося в першому розділі, нормативні рамки й способи досягнення цілей є елементом соціальної дії особи/колективу. Існування норм обмежує вибір засобів досягнення цілей.

Існування норм в суспільстві дає розуміння дозволених і недозволених дій. Т. Парсонс використовував поняття інституції та трактував його як комплекс інституціоналізованих рольових інтегратів, які мають стратегічне структурне значення в конкретній соціальній системі. Інституції слід розглядати як одиницю соціальної структури вищого порядку, які складаються з безлічі взаємозалежних ролей або їх компонентів (Parsons, 2005, p. 22).

Отже, класичний та неокласичний періоди уявлень про соціальні технології напряму залежали від становлення й розвитку соціологічної думки. Цей соціально-історичний етап характеризувався пошуком об'єктивних регуляторів соціальної взаємодії та суспільного життя в цілому, суперечкою щодо переваги матеріальних чи духовних чинників, яка й спричинила потребу в майбутньому в рамках поліпарадигмальності соціологічної науки розглядати соціальні технології з точки зору багатофакторного підходу.

З другої половини XX століття у світовій соціологічній науковій думці з'являється тенденція до дистанціювання від холістичного образу суспільства, від висновків щодо його природи, розгляду соціальних ситуацій та відносин як явищ адміністративного чи технічного характеру. Підтримку такій дослідницькій стратегії відомі західні соціологи надають завдяки таким концептам: «соціальний порядок» (Д. Норт), «структурація» (Е. Гіденс), «соціальний простір» (П. Бурдьє), «комунікативна дія» (Ю. Габермас), «соціальне» (Б. Латур) тощо, що дозволило сформувати й розвивати нові соціологічні течії – інституціоналізм, конструктивізм, постструктуралізм, що є основою постмодерністської традиції. Відтак, соціальні технології можна схарактеризувати з позицій цих соціологічних підходів.

В рамках інституціоналізму визначальну роль у функціонуванні й формуванні суспільства відіграють соціальні інституції. Власне, розвиток інституціоналізму у своїй традиційній ідеї спостерігається ще у творчості фундаторів соціології О. Конта, Г. Спенсера, Е. Дюркгайма та інших. Як і у випадку з соціальними технологіями, класики соціологічної науки хоч і не давали конкретного трактування поняття «соціальна

інституція», але розглядали суспільне життя крізь призму особливих імперсональних, проте всезагально зобов’язальних форм організації суспільних взаємодій. Основне призначення інституцій вони, а пізніше і прибічники так званого традиційного інституціоналізму, вбачали у підтримці суспільної рівноваги. Пізніше трактування сутності інституцій доповнили неоінституалісти, які стали фокусувати свою увагу не лише на стабілізаційних функціях цих соціальних феноменів, але і на їхній ролі як своєрідних акторів у соціальному полі, які стають джерелами та провідниками інновацій. Наприклад, Д. Норт означав інституції як «правила гри» в суспільстві, котрі не лише змінюються відповідно до соціокультурних умов, але і зобов’язують «гравців» діяти відповідно до цих правил (Савка & Мишок, 2019, с. 36).

Соціальні технології в рамках інституціоналізму можна розглядати у співвідношенні з поняттям соціальної інституції. Це два невідривні і взаємозалежні явища в соціальній структурі. Соціальні технології як сукупність методів, процедур та програм, які відображаються за допомогою заскриптованих алгоритмічних (зважаючи на дотичну до виробництва природу технологій) дій, які існують задля досягнення заздалегідь прописаних цілей й надалі задля перетворення самої соціальної системи – суспільства, на перший погляд, дуже нагадують визначення соціальної інституції. Соціальна інституція (виходячи з класичного визначення Д. Норта) трактується скоріше як обмежувальні рамки для поведінки індивідів чи взаємодії людей. Ці рамки існують, щоб досягати певних покладених цілей, які сприяють функціонуванню суспільству і порядку в ньому. Соціальні інституції ніби спрямовують поведінку людей у річище важливих для суспільства цілей, а соціальні технології надають різні способи, альтернативи для виконання цих цілей. З іншого боку, є поведінка, яка має неформалізований характер, тобто яка не поміщається в рамки визначеної соціальної інституції. Відповідно тут організовуванням поведінки займатимуться саме соціальні технології. Крім цього, інституції не є стабільними структурами, вони можуть змінювати свою форму. Коли починає

назрівати питання інновацій через зміни часткових стандартів поведінки – інститутів (в нашому розумінні, інституція – це система взаємопов'язаних інститутів (Савка & Мишок, 2019)), то тут гратимуть ролі соціальні технології, які й призначені для творення чогось нового в ракурсі соціальної інженерії (якщо зміни впроваджуються «згори»). Соціальні технології, з допомогою певних процедур, показують як саме змінюватимуться інституції, а коли інновації стабілізуються, типізуються, нормуються та приймаються людьми як об'єктивні речі, то процес інституціоналізації нових практик завершується. Простіше кажучи, соціальні технології – це те, що дозволяє уявляти, проєктувати та конструювати системи суспільства завдяки різним способам досягнення цілей, а соціальні інституції за допомогою цих соціальних технологій спроможні забезпечувати стабільність, порядок та зміни в системі. І соціальні інституції, і соціальні технології знаходять своє втілення у соціальній практиці (Додаток 9). Без цього вони перебувають на абстрактному рівні, який неможливо емпірично виміряти.

Неоінституціоналізм не передбачає аналізу того, як відбувається конструювання соціальної системи, хоча розглядають неформальну складову в структурі соціальних інституцій (традиції й цінності), що є основою їх відтворення. У соціології розвиток таких ідей спостерігається в рамках структурно-конструктивістської парадигми (П. Бурдьє, А. Турен, Е. Гідденс, М. Арчер, П. Штомпка та ін.).

Конструктивістську парадигму, яка застосовується для пояснення різних явищ та процесів в багатьох соціогуманітарних науках, умовно можна розділити на два основні напрямки: епістемологічний конструктивізм (переважає у філософських вченнях), в основі якого лежить проблема обґрунтування знань, їхньої «природи», та змістовний конструктивізм, в якому пояснюється процес конструювання реальності (Іванова, 2017, с. 37). Прихильниками цього напрямку у соціогуманітарних науках були П. Ватцлавік, Ж. Піаже, Дж. Келлі, П. Бергер, Т. Лукман (соціальний конструктивізм), П. Бурдьє (структуралістський конструктивізм), Н. Луман

(системний конструктивізм), К. Джерджен, Р. Харре, Б. Девіс та інші (соціальний конструкціонізм).

П. Бергер та Т. Лукман, які власне започаткували соціальний конструктивізм як напрям наукового пізнання в соціальних науках, розвиваючи галузь соціологічної науки під назвою соціологія знання, стверджували, що людська реальність є соціально сконструйованою. Соціальний конструктивізм, на відміну від інституціоналізму, зміщує акцент з пріоритетного впливу зовнішніх факторів (соціальних інституцій чи класів) у процесі розвитку і функціонування суспільства на роль саме індивідів у конструюванні соціального світу і навпаки – як цей світ і повсякденна реальність впливає на людей. П. Бергер і Т. Лукман визначають суспільство як соціальну реальність, яка конструюється в процесі соціальної взаємодії людей, в процесі діяльності та комунікації, обміну їхніми суб'єктивними значеннями. Знання, які індивід отримує в ході соціалізації, є символом попереднього суспільного досвіду, і таким чином формують його власне сприйняття світу. Але очевидними називаються лише ті знання, які сприймаються соціокультурним середовищем як легітимні. П. Бергер і Т. Лукман пропонують способи за допомогою яких відбувається конструювання соціальної реальності. Ці способи, або скоріше етапи, адже соціологами описується послідовність процесів, пояснюють технологізацію соціальних інститутів. Найперше відбувається озвичаювання або, як це називають самі науковці, габітуалізація поведінки й перетворення її в повсякденну діяльність, що настає тоді, коли індивід відтворює традиції поколінь. По-друге, через типізацію, тобто розрізнення інших людей, індивід формує певні зразки соціальної взаємодії, які, своєю чергою, утворюють соціальну структуру – складний компонент повсякденної реальності. Нормативно типізація закріплюється за допомогою інституціоналізації, що є третім способом соціального конструювання. В рамках цього процесу відбувається взаємна типізація й утворюються колективні уявлення, які є суспільно визнаними. Окрім цього до інституцій можна також віднести все те, що підтримує

нормативний порядок, та допомагає задоволенню потреб в суспільстві, а також те, що контролює та спрямовує людську поведінку (статуси, ролі, стандарти та правила поведінки, закони, санкції). Об'єктивності інституціям надає їхня історичність, тому вони є елементами об'єктивної реальності, яка все одно є сконструйованою (Berger & Luckmann, 1966, p. 70-73).

Легітимізація – це четвертий рівень конструювання соціальної реальності. За допомогою легітимізації відбувається когнітивне та нормативне пояснення інституції, тобто спершу пояснюється, чому варто діяти так, а не інакше, а далі, чим спричинений такий порядок речей. В процесі легітимізації також відбувається формування цінностей, але знання про стандарти поведінки їм передують (Berger & Luckmann, 1966, p. 110).

Важливо також зауважити, що П. Бергер та Т. Лукман звертали свою увагу на те, яким є взаємозв'язок людини та суспільства з позиції творця і створеного, що пронизує конструктивістську теорію загалом. З точки зору Бергера та Лукмана, людина і суспільство перебувають в безперервному діалектичному відношенні, адже створена в процесі повсякденних взаємодій соціальна реальність, яка виступає продуктом, має зворотний вплив на цього індивіда. Цей вплив відбувається через екстерналізацію (діяльність людини має бути зовнішньою щодо конструювання реальності та повинна бути доступною і значущою іншим в рамках інституцій), об'єктивацію (інституції є об'єктивованою людською діяльністю) та інтерналізацію (засвоєння через соціалізацію об'єктивованого соціального світу) (Berger & Luckmann, 1966, 69-70).

Підсумовуючи написане, стає зрозуміло, що, з позиції П. Бергера та Т. Лукмана, порядок в суспільстві формується завдяки стандартизації поведінки людей, її інституціалізації, легітимізації, забезпечення людей в ході соціалізації необхідними знаннями, що відтворюються в соціальних взаємодіях. Інтерпретація індивідами знань постійно змінюється, тому сформована соціальна реальність характеризується динамічністю.

Відповідно наявність соціальних технологій, які упорядковують взаємодії, є необхідною складовою конструювання соціальної реальності.

В основі системного конструктивізму Н. Лумана виступає поняття розрізнення, яке відбувається під час спостереження системою соціальної реальності та виступає засобом конструювання об'єктів. Суспільство є самореферентною, автономною та самодостатньою соціальною системою, соціальним конструктом, який сам себе організовує. Н. Луман для пояснення цього процесу використовує поняття аутопоезис, який означає, що соціальну структуру системи можуть відтворювати та конструювати лише власні вироблені нею операції. Окремі системи суспільства володіють також принципом аутопоезисного відтворення, який в кожної системи свій і не змішується з іншими, але має здатність реагувати на них. Великого значення в своїй теорії Н. Луман надає комунікації, завдяки якій суспільство має системний характер і складається з власних операцій. Н. Луман, критикуючи теорію раціональної комунікативної дії Ю. Габермаса за хибне розуміння мети комунікації у досягненні консенсусу, визначає її націленою на позначення відмінностей. За його словами, згода в комунікації знищує саму комунікацію, а існування множинних значень та альтернатив, що може створювати відхилення (біфуркація), спричиняє аутопоезис (самовідтворення) і розвиток системи. Н. Луман стверджує, що соціальні системи не можуть оцінювати самі себе, але вони можуть створювати квазісистеми з ефектом зовнішнього спостерігача, де, знову ж таки, провідну роль має комунікація. До таких утворень німецький соціолог зараховує мас-медіа, які, будучи елементом системи суспільства, здійснюють самоспостереження і тим самим визначають актуальні для суспільства теми, створюють суспільну дійсність (Луман, 2010).

Представники теорії соціального конструкціонізму та дискурсивних концепцій, як і Н. Луман, великого значення надавали процесу комунікації, мові та мовленню, як таким, що є початковими та визначальними елементами у конструюванні дійсності. В ракурсі цих підходів, можна розглядати соціальні технології як чинники, які уможливлюють процес комунікації.

В теорії структурації Е. Гіденса, яку ми докладно розглядали в попередньому розділі, було вказано, що повсякденна діяльність акторів відбувається через рефлексивний моніторинг та раціоналізацію дії, які, на нашу думку, характеризуються технологічністю, оскільки з їхньою допомогою суб'єкти можуть у звичних умовах здійснювати саморегулювання й очікувати від інших конкретних форм діянь.

Беручи до уваги теорію П. Бурдьє, на нашу думку, соціальні технології можна розглядати в співвідношенні з поняттями поле, габітус та стратегічна поведінка. Соціальні технології як набір способів поведінки в певному полі завдяки габітусу інтеріоризуються, тож людина може обирати варіанти завдяки яким можна досягнути цілей у конкретних соціальних відносинах. Ці способи поведінки є легітимізованими у соціальному полі, тому наслідки застосування соціальних технологій є передбачуваними. В ході стратегічної поведінки людина, адаптуючись до нестандартних умов, може обирати нові способи поведінки, які призводять до непередбачуваних наслідків і сприяють змінам самої структури.

Підсумовуючи аналіз структурно-конструктивістських концепцій, варто зауважити, що соціальну технологію тут можна розглядати як складову соціального конструювання, яка знаходить своє місце у взаємозв'язку й діалектичному відношенню людини та суспільства. З одного боку, соціальні технології – це програми, які дозволяють людині своїми діями змінювати й формувати системи (наприклад, соціальні інституції) суспільства, а з іншого – це складові тих змінних систем, які грають роль у процесі становлення, комунікації та життєдіяльності особистості.

Новий ракурс бачення соціальних технологій можна помітити в межах постмодерністського підходу (Ж. Бодріяр, М. Фуко, Ж.-Ф. Ліотар, Б. Латур та інші). Беручи до уваги постмодерністське розуміння соціальної реальності як фрагментованої, непевної з недетермінованими соціальними процесами, соціальні технології як елемент цієї реальності, теж не мають однозначного змісту і можуть інтерпретуватися по-різному залежно від

контексту. Постмодерністи наголошують на тому, що технології та соціальні системи постійно еволюціонують та потрібно постійно переосмислювати їх в контексті нашого часу та культурного середовища.

В кінці XX століття соціальні технології почали викликати великий інтерес політиків, науковців та управлінців. Пожвавився пошук та виявлення ефективних для розв'язання значущих соціальних проблем регуляторів та способів управління ними. Ця сфера набула більш конкретного значення і водночас починає розгалужуватися відповідно до царини. Зараз в різноманітних наукових працях українських та іноземних дослідників соціальне конструювання виступає різновидом соціальної інженерії, яка розробляється на етапі підготовки управлінських рішень і має вигляд конкретних соціальних проєктів, планів, програм і технологій.

Тобто утворюється логічний ланцюжок: соціальна інженерія – соціальне конструювання та проєктування – технології. Українська соціологиня М. Бірюкова, розглядаючи технологію як елемент соціального проєктування, в кінці цього ланцюга прописує ще й інженерну діяльність. Тут дослідниця має на увазі уже реалізацію технологій на практиці (Бірюкова, 2016, с. 83). Крім цього, дослідниця розглядає поняття «соціотехнологічний праксис» з позиції сучасного розуміння технології. Цей термін означає, що з розвитком техніки відбувається зміна самої технології, формуються нові форми кооперації та організації, що зумовлює якісні зміни в культурі загалом. Тобто під час проєктування можна спрогнозувати розвиток техніки й відповідно сконструювати технологію, яка повинна організовувати діяльність людей навколо нововведення з найбільшою ефективністю. Це такі собі теоретично спроєктовані знання або, як це ще називає М. Бірюкова, інтелектуальна технологія (термін запозичений в Д. Белла) (Бірюкова, 2016, с. 81). Узагальнюючи написане вище, соціальні технології розглядаємо мінливими, змінними й залежними від контексту.

Австралійські науковці П. Гаґен та Т. Робертсон, займаючись вивченням сучасних соціальних технологій, також пояснюють їхню

мінливість. Розробляючи соціальні технології, суб'єкти ефективно створюють так звані контейнери або риштування, що формуються завдяки участі та внескам користувачів і з часом змінюються. На людський досвід впливає взаємодія з іншими. Еволюційна природа соціальних технологій особливо очевидна в цифрових та інтернет-технологіях, які виконують кардинально інші функції, ніж ті, що спочатку передбачали їх розробники; цілі цих технологій виникли з часом самі собою в результаті їх використання (Hagen & Robertson, 2010). Бачимо тут схожість з теорією структурації Е. Гіденса, котрий, власне, й визначав цілі структури у процесуальному вимірі.

Узагальнюючи вище описані наукові підходи, можна резюмувати, що сьогодні у науковому дискурсі, включаючи й соціологічний, соціальні технології розглядаються як елемент соціальної інженерії, яка є практикою впливу на людей з метою зміни їхньої поведінки, думок та переконань. З іншого боку, соціальні технології, які втілюються у різних поведінкових практиках, можуть сприяти змінам самого суспільства. Це відбувається через володіння людиною різними ресурсами (капіталами) у сучасних мінливих та динамічних умовах, що постійно змінюють початкові цілі поведінки, а це призводить до непередбачуваних наслідків, які не вкладаються в рамки соціальних інституцій і спричиняють їх трансформацію (або й відмирання застарілих норм, звичаїв чи практик).

Розглянувши соціальні технології в притаманній їм усезагальності, зосередимо тепер увагу на їх різновидах. Соціальні технології поділяють насамперед за сферами суспільного життя, в яких вони реалізуються (інформаційні, освітні, політичні, бізнесові тощо) (Зуєв, 2012, с. 19). Додаючи до соціальної приставку «політична», ми звужуємо значення технології. Як різновид соціальної технології політична – це також система цілеспрямованих дій, методів, способів, прийомів, але зорієнтованих конкретно на досягнення необхідних результатів у сфері політики.

Український науковець Ю. Данько, деталізуючи політичну технологію, виокремив такі її компоненти-блоки: блок об'єктивних умов (сюди належать

знання та інформація про те, де відбувається діяльність, яка політична ситуація в тому чи іншому суспільстві, які значущі проблеми існують в ньому тощо); блок стратегії (безпосередня розробка програми (платформи) суб'єктів політики, що є найбільш важливим та складним елементом технології); блок тактики (основна ціль розбивається на невеликі підцілі, які досягатимуться за допомогою сукупності конкретно прописаних засобів та методів) (Данько, 2017, с. 44).

Уточнення політичної технології потребує аналізу її структури та функцій. У роботі українського політолога О. Шевчука знаходимо найбільш значущі, на нашу думку і на думку самого вченого, функції політичних технологій. Першою є функція вираження актуальних політичних проблем різних суб'єктів суспільного життя, що є мотивом, стимулом їх політичної поведінки. Наступною функцією політичної технології є формування відносин (насамперед лояльних) громадян до чинної політичної влади. В контексті цієї функції великого значення матимуть технології формування іміджу політичного діяча чи партії: PR, політична реклама і т.д. Третьою є функція орієнтира для уточнення і корегування політичного курсу розвитку країни. Однією з найважливіших, на наш погляд, є функція формування політичних ідей, поглядів і настроїв у суспільстві, ідеології політичних партій і рухів та політичної культури загалом. К. Ващенко, розглядаючи політичні технології як найважливіший елемент політичної культури, пропонує визначати їх не тільки сукупністю методів і способів впливу на досягнення політичних цілей, але й як «систему способів реалізації політичних цінностей суб'єкта в процесі політичної діяльності» (Ващенко, 1999). Будучи різновидом соціальної технології, яка стосується і соціальної інженерії, політична технологія може завдяки впливу на цінності та ідеї громадян формувати їхню поведінку.

Останньою функцією, яку описує О. Шевчук є вплив на зміст і спрямованість політики, на стратегічний курс держави. Так, за допомогою деяких технологій, відбуваються кардинальні зрушення, зміни в державі та суспільстві. Науковець наводить приклад технології «створення криз», коли

відбувається навмисна дестабілізація ситуації, створюється порядок денний (Шевчук, 2020, с. 14).

Інший підхід до політичних технологій пропонує Ю. Данько, зазначаючи, що вони мають місце у політичних інститутах, завдяки яким відбувається раціоналізація спільної діяльності індивідів; у політичній діяльності, де з їх допомогою відбувається перетворення об'єктів суб'єктами; у політичних процесах, коли потрібно змінити соціально-політичні явища у просторі й часі; у політичній системі – завдяки технологіям зберігається цілісність структурно-функціональних утворень; у політичних режимах – вони забезпечують методи й способи здійснення влади; у формі політичної комунікації технології сприяють інформаційному обміну в політиці (Данько, 2017, с. 46).

Тобто, поняття технології у політичній науці застосовують для опису інструментів, методів, операцій, які використовують у своєму арсеналі політичні суб'єкти задля досягнення політичних цілей (від державного управління до впливу на свідомість громадян).

Окремо варто розглянути питання комунікативної технології не лише в політиці, а й у ракурсі загальних соціальних технологій. В українській науковій думці одним із найбільш предметних, на наш погляд, вивченням комунікативних технологій займається Л. Климанська. Українська дослідниця, власне, робить акцент на тому, що комунікативні технології, які використовуються в політиці, можна вважати соціально-комунікативними, оскільки процес, який піддається технологізації, має соціальний характер. Цей процес зосереджений на впливі на групову або масову свідомість та на формуванні громадської думки, і він здійснюється на груповому або масово-психологічному рівні через обов'язкове використання комунікації як інструменту досягнення поставленої мети (Климанська, 2007, с. 242).

Як і загаданий раніше Ю. Данько, Л. Климанська виокремлює блоки соціально-комунікативної технології аби окреслити її структуру або, як сама дослідниця це називає, її технологічний ряд. Першим в цьому порядку є блок аксіоматичних тверджень, який полягає в тому, що суб'єкт технології має

знати й розуміти передумови соціального знання щодо способів і процедур оптимізації життєдіяльності людини (хронологічно – від міфів до сучасного політичного маркетингу). Наступним блоком є цільова орієнтація соціально-комунікативної технології або ж її мета, тобто те, чого суб'єкт бажає досягнути. Наступна ланка у послідовності – ситуативний блок, в рамках якого здійснюється характеристика комунікативного середовища, в якому діє суб'єкт (сприятливе чи несприятливе середовища). Далі – процедурна частина технології, тобто в якій послідовності мають виконуватися поставлені завдання (цей блок пов'язаний з динамікою становленням громадської думки – від усвідомлення проблеми до прийняття та реалізації певних рішень). Способи (засоби) досягнення поставлених цілей та їх адекватний вибір описуються в операційній частині соціально-комунікативної технології. Останнім блоком є оцінювання ефективності соціально-комунікативної технології, тобто аналіз витрачених зусиль та результатів дій (Климанська, 2007, с. 242-290).

Л. Климанська зосереджує свою увагу на трьох основних видах соціально-комунікативних технологій – PR, пропаганді та рекламі. Більший діапазон дослідження видів соціально-комунікативних технологій можна прослідкувати в українського дослідника, експерта в теорії комунікації Г. Почепцова. В його працях (Почепцов, 2022, 2012,) можна знайти такі види комунікативних технологій: пропаганда, реклама, переговори, перформанс, паблік рилейшнз, іміджмейкінг, спіндокторинг, інформаційні та психологічні війни, конспірологія, кризові комунікації, спічрайтинг, сторітелінг, використання чуток, виборчі технології тощо. Науковець вважає, що комунікативні технології дозволяють досягнути бажаного результату з меншими зусиллями, працюючи з вербальним матеріалом та іншими аспектами свідомості. Г. Почепцов зазначає, що є технології з гуманітарною складовою, а також існують технології, де переважає технічна складова. Вони несуть не тільки великі можливості, але й такі ж великі небезпеки. Гуманітарні технології можуть застосовуватися в різних соціосистемах (релігія, політика,

освіта тощо), а також можуть використовувати інструментарій примусу чи заохочення, що дозволяє класифікувати їх на м'які та жорсткі. Інтернет, за його словами, володіє і технічною, і гуманітарною складовими. В гуманітарному використанні інтернет – це соціальне медіа, яке відкриває широкий сегмент інформаційного простору, який, на щастя чи на жаль, залежно від інтересів сьогодні не підлягає цензурі.

В цьому контексті варто згадати й про різницю між комунікаційними та комунікативними технологіями. Комунікаційні технології стосуються фізичного забезпечення передачі інформації (канал комунікації), тоді як комунікативні технології орієнтовані на розробку способів, інструментів та програм для вдосконалення самого процесу комунікації. Обидва типи технологій взаємодіють між собою і спільно допомагають поліпшити спілкування та обмін інформацією.

Комунікативні технології нерозривні з інформаційними, тому часто в наукових працях використовують словосполучення інформаційно-комунікативні технології, до яких відносять інтернет.

Перш ніж розглядати інтернет як технологію, важливо зазначити, що концепції інформаційного суспільства виникли задовго до його винайдення. Згідно з Е. Тофлером, людство пережило дві хвилі розвитку – аграрну та індустріальну – а зараз, руйнуючи усталені уявлення, звичаї та традиції по всьому світу, виникла третя хвиля – інформаційна. Ця третя хвиля спричинила переворот людського буття. Нові досягнення в технічній галузі – інформатика, електроніка, телекомунікації тощо, дозволили вийти за межі індустріальної цивілізації. Цей етап розвитку привів до того, що інформація стала найбільш цінним ресурсом в житті суспільства (Toffler, 1980).

Відомий японський соціолог Й. Масуда у своїй роботі «Інформаційне суспільство як постіндустріальне» (1981), сформулював головні принципи композиції майбутнього суспільства (він назвав його «комп'ютопією»), зазначаючи, що комп'ютерна технологія з її функцією збільшення інтелектуальної праці буде основою цього соціуму. Дослідник стверджує, що

збільшення інтелектуального потенціалу суспільства, ріст виробництва та споживання знань, полегшення комунікативних процесів, сприятимуть активнішій участі громадськості в публічно-управлінській діяльності. Це станеться завдяки збільшенню відповідальності кожного за своє та суспільне життя, а також достатньому рівню знань та умінь. Комунікацію вчений розглядав як важливий соціокультурний чинник, що бере участь у формуванні світогляду, стилю мислення. Розвиток самої комунікації завдяки технічному прогресу спричинив появу нової системи індивідуально-демократичних цінностей, які змінили сутність виробництва та вплинули на суспільний розвиток.

Класиком дослідження інформаційних технологій та суспільства загалом можна сміливо називати іспанського соціолога М. Кастельса. Глибоко досліджуючи інтернет у своїх працях, зокрема і в найвідомішій «Інтернет-ґалактика — Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства», дослідник називає інтернет комунікаційною системою та технологією, яка не лише змінює суспільство, форми його організації, інституції та соціальну взаємодію його членів, але й сама інтернет-технологія розвивається та трансформується її користувачами, яких дослідник поділяє на виробників та споживачів (Кастельс, 2007, с. 34). М. Кастельс стверджує, що наявність і використання інформаційно-комунікаційних технологій є передумовою економічного та соціального розвитку сучасного світу. Вони є функціональним еквівалентом електроенергії в індустріальну епоху. Соціолог виокремлює важливість інформаційно-комунікативних технологій у такій взаємозалежності процесів: розвиток культури та освіти зумовлює технологічний розвиток, який спричиняє економічний розвиток, який далі дає поштовх для суспільного розвитку, а це ще раз стимулює розвиток культури та освіти (Castells, 1999, p. 2-3).

В сучасному науковому дискурсі інформаційні технології трактують як сукупність методів і технічних засобів збору, організації, збереження, обробки, передавання й подання інформації, що розширює знання людей і

розвиває їхні можливості з управління технічними й соціальними процесами. Узагалі інформаційно-комунікативні технології визначають як сукупність різноманітних технологічних інструментів і ресурсів, які використовуються для забезпечення процесу комунікації та створення, поширення, збереження та управління інформацією (Фоміних, 2009, с. 396).

Слідом за українською соціологинею Н. Половою, підсумовуючи теорії інформаційного суспільства, вважаємо, що інтернет треба розглядати не тільки як інформаційно-комунікативну, але і як управлінську технологію, що визначає функціонування і розвиток політичної, економічної та культурної підсистем суспільства. З іншого боку, розуміння інтернету як ресурсу впливу на елементи соціальної структури (соціальні практики, соціальні інституції), передбачає формулювання питання про форму та зміст цього впливу, відповідь на яке, по суті, і буде визначенням соціальної ролі інтернету (Половая, 2015, с. 84).

Отже, зважаючи на теоретичний аналіз та синтез концепцій, в нашому дослідженні ми послуговуємося виразом «соціально-політична інтернет-технологія». Інтерпретуємо це поняття як систему послідовних дій, які відбуваються за підтримки сучасних інформаційно-комунікативних технологій (інтернет), що сприяють або допомагають досягненню певних соціально-політичних результатів, залежно від поставлених цілей (або й зумовлюють формування цілей) і від умов середовища, в якому розгортається діяльність. Таким чином ми охоплюємо соціальні (передумови, причини та форми поведінки людини у віртуальному середовищі, взаємодії з іншими користувачами, що формують соціальні відносини та практики), політичні (способи впливу на людей, управління державними процесами) та інформаційно-комунікативні (використання засобів, інструментів для створення, поширення, збереження, обміну та управління інформацією в інтернеті) питання в межах технології.

2.2. Види соціально-політичних інтернет-технологій для здійснення українською молоддю соціально-політичної інтернет-поведінки

В попередньому підрозділі ми з'ясували, що соціально-політичні інтернет-технології – це процедури, операції, способи онлайн-поведінки, засвоєні та використані агентами в рамках соціального середовища, які можуть змінюватися під впливом деяких факторів і надалі змінювати саме суспільство. Зважаючи на це, завданням цього підрозділу буде схарактеризувати конкретні види соціально-політичних інтернет-технологій, завдяки яким сучасна українська молодь може проявляти соціально-політичну інтернет-поведінку і таким чином набувати агентності у соціальному просторі.

В українському науковому дискурсі є велика база досліджень, які стосуються аналізу видів інтернет-технологій. Кількість авторів та наукових праць у цій сфері з кожним роком зростає. Особливий інтерес до такого роду технологій у політичній науці, оскільки аспект управління поведінкою громадян – потенційних виборців, є чи не однією з найважливіших цілей для політичних суб'єктів. Найбільш розлогу, на наш погляд, характеристику різновидів політичних технологій можна знайти в статті українських дослідників І. Поліщука та В. Лур'є. Науковці, послуговуючись різними критеріями, класифікують політичні технології залежно від політичного режиму (демократичні, недемократичні); за рівнем впливу на суспільство (головні, що стосуються всього суспільства (вибори, референдуми), та другорядні (збори, мітинги, марші протесту чи підтримки)); за спрямованістю (створення сприятливого для політика порядку денного, змінювання сприйняття діяльності політика, внесення потрібних змін у виборче законодавство, розподіл зусиль за цілями (перемога на виборах, зростання довіри)); за легальністю використання («білі», «чорні», «сірі»); за відношенням до виборчої системи (технології, які реалізують поза виборчою системою (наприклад, переворот), виборчі технології та технології здійснення влади); за масштабами (масові, сегментарні); за характером мотивації (мотивувальні, погрожувальні); за територіальними особливостями (східного,

західного типу); за етапами застосування (довиборні, виборчі, після виборчі). Як зазначають самі дослідники, список політичних технологій не може набувати закінченого вигляду, а самі технології, їх кількісна і якісна характеристики визначаються рівнем розвитку самого суспільства. (Поліщук & Лур'є, 2015, с. 147-148).

В рамках цих класифікацій суб'єктами (агентами) творення змін та соціальної реальності будуть політики та політичні партії. Молодь – об'єкт нашого дослідження, як ми зазначили під час операціоналізації поняття соціально-політичної інтернет-поведінки, також може бути долученою до політичного середовища і відповідно застосовувати означені технології для досягнення політичних цілей. Наприклад, молода людина, може брати участь у виборчому процесі як член політичної партії або як учасник команди, яка займається передвиборчою кампанією політичного суб'єкта.

У передвиборчій кампанії використання інноваційних технологій (електронна пошта, блоги, інтернет-ресурси, персональні сайти, новинні ресурси та соціальні мережі), за словами українського політолога В. Недбая, є необхідним, оскільки вони відіграють важливу роль у створенні іміджу, для піару, пропаганди чи реклами політичного суб'єкта (Недбай, 2012).

Інший варіант технології – просування ідеї, вигідної політичним суб'єктам (пропаганда). Уже давно є добре відомі приклади використання сучасних інтернет-технологій в таких цілях – під час передвиборчої кампанії Д. Трампа чи під час процесу прийняття рішення стосовно виходу Великої Британії з Європейського Союзу. В ракурсі такого аспекту варто згадати проблему просування наративів під час ведення інформаційної війни в ході повномасштабного вторгнення росії в Україну. Інформаційна війна росії проти України триває вже доволі довго, а в останній рік вона має дуже виражений антиукраїнський характер. Конкретним прикладом залучення молоді в ракурсі такої інтернет-технології є інформаційний вплив за посередництва інфлюенсерів. Російська пропаганда не лише споряджає молодих блогерів на популярних майданчиках «методичками» і таким чином насаджує вигідну для

себе ідею, яка потім активно поширюється та впливає на маси, а й відправляє «блогерів-пропагандистів» на окуповані території, аби ті знімали та викладали викривлений «шок-контент», «хайп-контент» на всіх можливих платформах (Мельникова-Курганова, 2022, с. 156).

Як зазначає Г. Почепцов, це дієва технологія, оскільки застосовується принцип персоналізованого впливу на аудиторію. Якщо є два види інформаційного впливу: «один на одного» і «один на багатьох», то в таких умовах вони зливаються, завдяки чому створюється ілюзія, що звернення є особистим (Почепцов, 2022, с. 133-160).

Отже, зрозуміло, що політичні суб'єкти можуть використовувати сучасні інформаційно-комунікативні технології, зокрема й інтернет, не лише задля перемоги на виборах, але й конструювання вигідної для них соціально-політичної реальності, яке успішно відбувається за посередництва символічного капіталу.

Беручи до уваги інший аспект застосування соціально-політичної інтернет-технології, зокрема задля налагодження взаємодії між владою та громадянами в процесі державотворення, регулювання актуальних соціально-політичних проблем, демократизації, тоді варто розглянути не лише управлінський аспект сучасних технологій, але й специфіку залученості громадян, і молоді зокрема, в межах соціально-політичних інтернет-технологій.

Ґрунтовним вивченням ролі (позитивної й негативної) інтернету в процесі державотворення, демократизації українського суспільства, сьогодні займається низка українських політологів – С. Денисюк (2013), В. Голка (2016), С. Михальчук (2017), А. Митко (2014), О. Свідерська (2016) тощо, науковців у сфері соціальних комунікацій, наприклад М. Кіца (2019), І. Мудра (2020), С. Федушко (2019) та інші, соціологів О. Буданова (2015), О. Гудзенко (2019, 2022), О. Суська (2020) та інші.

Найглибшими, на наш погляд, дослідженнями цього аспекту в українській соціології займається Н. Бойко. Соціологиня протягом багатьох

років здійснювала теоретичний та емпіричний аналіз інтернет-поведінки українських громадян, досліджувала специфіку демократизації українського суспільства та роль інтернет-технологій у цьому процесі. Для забезпечення демократизації на теренах українського суспільства Н. Бойко визначає важливість низки ресурсів. По-перше, це ресурси формально-організаційного залучення, до яких дослідниця відносить техніко-технологічні можливості інтернету, що є доступними потенційному користувачеві, фактичне використання цих можливостей, а також нормативно правове регулювання процесів діджиталізації з боку держави; по-друге, ресурси соціально-громадської поведінкової активності, які вимірюються завдяки формальним (те, що зафіксовано в державних інструментах) та неформальним (інша поведінка в інтернеті) показникам; по-третє, ресурси ціннісно-нормативної інтеріоризації, тобто особистісне сприйняття та усвідомлення цінності інтернет-технологій, довіра до технологій тощо (Бойко, 2021, с. 3-4).

Зважаючи на це, соціально-політичні інтернет-технології можна поділити на формалізовані та неформалізовані. До формалізованих технологій електронної демократизації дослідниця відносить електронне урядування та електронну демократію. Варто зазначити, що Н. Бойко, розглядаючи проблему співвіднесення цих понять, електронну демократію розуміє як елемент електронного урядування, що дозволяє їй не лише охопити дії електронного уряду (використання інформаційних технологій та електронних сервісів для підвищення ефективності урядових процесів), але й включити компонент соціально-політичної електронної активності, звузивши розмите трактування е-демократії до формалізованого компонента. Таким чином електронне урядування та демократія дозволяють забезпечити онлайн-формат взаємодії різних соціальних суб’єктів: держава – громадянське суспільство – бізнес – громадянин. Реалізація інструментів електронної демократії можлива лише за умови підтримки з боку владних структур і з боку активної громадськості, що забезпечує легітимізацію та інституціоналізацію (його

законодавчо-процесуальне оформлення та реальне впровадження) цього механізму демократичної взаємодії в суспільстві (Бойко, 2021, с.183-184).

Ми поділяємо думку Н. Бойко, однак розглядаємо електронну демократію як соціальний інститут, що також не суперечить підходу української соціологині, а лише доповнює його. Підкреслюємо, що ми розділяємо терміни «соціальна інституція» та «соціальний інститут», трактуючи останній як сукупність технологій діяльності в конкретних ситуаціях. Таке пояснення дозволяє нам вписати інститути в структуру інституції, тобто інституція характеризується набором інститутів. Відповідно інститут володіє всіма тими ознаками, що й інституція, але в дещо конкретнішому значенні. Ознаки соціальної інституції інтерпретує польський соціолог Я. Щепанський. Для початку науковець визначає, що соціальна інституція характеризується наявністю стандартизованих способів діяльності, які не залежать від окремої особистості та її потреб чи бажань. Такі способи поведінки мають бути підтриманими і схваленими групою чи спільнотою, в якій перебуває особистість. В результаті проявів такої стандартизованої поведінки за кожною особистістю закріплюються певні соціальні ролі, які контролюються за допомогою санкцій – формується система соціального контролю за інституцією. Досягнення мети інституції здійснюється за допомогою різних засобів і знарядь: матеріальних, ідеальних або символічних (Szczepanski, 1968).

Отже, згідно з поясненням, можемо вважати е-демократію інститутом, що входить в структуру загальної інституції демократії. Аналізуючи подане в Концепції розвитку електронної демократії в Україні визначення (Розпорядження Кабінету Міністрів України, 2017) з точки зору інституційного підходу, можемо проінтерпретувати поняття е-демократії наступним чином: е-демократія – такий вид організації відносин між владою та громадянами, при якому використовуються сучасні інформаційно-комунікативні технології, щоб задовольнити безліч соціально важливих потреб серед яких: активізація громадян, їхнє зацікавлення соціально-

політичним життям в країні, привернення уваги до політичного процесу в країні, збільшення прозорості держаних органів та взагалі процесу прийняття рішень в країні тощо.

Інститут електронної демократії сьогодні об'єднує велике число формалізованих технологій, серед яких е-звернення, е-петиції, е-консультації, бюджети участі, е-опитування, е-референдум, е-вибори, е-голосування, е-парламент, е-правосуддя, е-законодавство. Такі складові електронної демократії є рекомендованими до розвитку органами ЄС. Більшість із них уже впроваджено в Україні та визначено в законодавстві на державному рівні, рівні громад, а також реалізовано в громадському секторі (Янсонс, 2020, с. 85-86).

Останні роки показали важливість активної роботи у напрямку цифровізації та державного управління в Україні. Проєкт «Дія» можна вважати значним кроком вперед у цифровому просуванні країни. Розроблений та представлений Міністерством цифрової трансформації України, проєкт складається з мобільного додатку, веб-порталу та українського цифрового національного бренду. Державний онлайн-сервіс «Дія» є порталом, який спрощує та робить прозорими понад 70 бюрократичних процедур і більшість державних послуг. Крім того, на порталі є можливість подавати петиції, скарги та звертання громадян в електронному вигляді до органів влади, проводити опитування, використовувати особисті кабінети та отримати доступ до інформації з реєстрів. Серед напрямків роботи цього онлайн-сервісу: Дія.Освіта (портал онлайн-курсів, зокрема для всіх сфер громадської діяльності), Дія.Бізнес (допомога малому і середньому бізнесу), Дія.City (правовий та податковий простір для ІТ-компаній).

Онлайн-сервіс «Дія» та інші технології електронної демократії на період пандемії та війни в Україні показують свою ефективність, корисність і навіть незамінність. Для прикладу, в мобільному застосунку «Дія» доступний перелік цифрових документів, які мають таку ж юридичну силу як і пластикові (паспорти, ID-карта, карта платника податків, водійське посвідчення, ковід-сертифікат, довідка ВПО), що дозволяє громадянам за потреби

підтверджувати свою особу, навіть тоді, коли втрачені фізичні документи. Є послуги, які дозволяють громадянам, що постраждали від воєнних дій, повідомити про знищене майно, отримати посвідку на тимчасове або постійне проживання, отримати допомогу по безробіттю тощо (Тимченко, 2022).

Попри те, що сучасні технології електронної демократії в Україні мають великі перспективи для розвитку, спостерігається частка населення, яка не бажає користуватися інструментами е-демократії, оскільки здебільшого має вже усталений тип політичної поведінки та використовує традиційні способи й методи (наприклад, похід в адміністрацію для написання скарги замість написання е-петиції). До такої когорти належать переважно люди старшого віку. Іншою причиною небажання використовувати технології електронної демократії може бути відсутність довіри до технічних інструментів. Важливо при цьому зазначити, що ймовірність такої ситуації була врахована, й одним із принципів е-демократії є сумісність та пов'язаність її з традиційними процесами демократії. В цьому випадку можна говорити про феномен подвійної інституалізації – існування в суспільстві і старих, і нових інститутів (Головаха & Паніна, 2006, с. 43).

Отже, розглянуті формалізовані соціально-політичні інтернет-технології дозволяють українським громадянам не лише брати участь в державотворчих процесах і забезпечувати таким чином існування інституції демократії, але й сприяють задоволенню потреб особистісного характеру чи регулюванню проблем, з якими стикається людина в умовах нестійкості суспільства та кризи.

Однак, вказані проблеми й потреби регулюються та задовольняються не лише в процесі формалізованої взаємодії з державою. Неформалізованість соціально-політичних інтернет-технологій означає, що способи й процедури поведінки користувачів є не регламентованими на нормативно-законодавчому рівні й не передбачають безпосередньої взаємодії з органами влади, хоча й можуть її стосуватися. Ці технології, активно використовуючись громадянами задля прояву соціально-політичної інтернет-поведінки, також грають роль,

подекуди навіть важливішу за формалізовані процедури, у регулюванні соціально-політичних проблем мікро-, мезо-, макрорівнів.

Неформалізовані соціально-політичні інтернет-технології можна розрізнити за тим, яку ціль перед собою ставлять користувачі під час їхнього використання. Слідом за М. Кастельсом, розділимо цілі на два основні табори: споживання інформації та творення контенту. Варто зауважити, що реалії українського суспільства показують, що не існує сфери життєдіяльності, яка б не була дотичною до соціально-політичних питань та проблем, а просто є ситуації, де на них звертається більша чи менша увага. Так, наприклад, споживання та поширення незаконно виготовленого контенту в інтернеті (інтернет-піратство) може бути свідченням низької громадянської культури та призводити до зниження попиту на легальну продукцію й зменшувати прибутки законних фірм, що спричиняє їхнє банкрутство і втрату державою податкових надходжень (Мишок, 2022b).

Розглянемо, як завдяки різноманітним соціально-політичним інтернет-технологіям користувач може бути споживачем і/або виробником контенту. Користувачі інтернету виступають у ролі споживача, коли вони лише отримують інформацію чи послуги. Для задоволення потреби в інформації існують професійні інтернет-ЗМІ (інтернет-видання: онлайн-газети, журнали, сайти інформаційних агенцій, сайти новин, групи новин; інтернет-телебачення, інтернет-радіо), які створені в рамках електронного уряду або громадськими чи комерційними групами, організаціями (Григорова, 2017, с. 95). Звичайно, в межах цих технологій людині можуть пропонуватися можливості для зворотного зв’язку у вигляді оцінок, відгуків, коментарів, однак, основною метою таких технологій є саме донесення інформації до її споживача. Таке споживання інформації приносить певні наслідки на різних рівнях. Так, наприклад, завдяки технологіям е-звітності або інтернет-сайтам, створеним громадськими організаціями чи іншими суб’єктами, пересічний громадянин-користувач може здійснювати контроль за публічними фінансами, моніторити діяльність різних політичних суб’єктів, не лише

політичних. В науковому дискурсі у зв'язку з тенденціями відкритості, доступності та публічності інформації з'явилася концепція «наглядового суспільства». Як зазначає один із дослідників цієї теорії Г. Маркс, з розвитком технологій соціальний контроль стає все непомітнішим і таким, що пронизує усі сфери людського буття, порушуючи приватність людини (Marx, 1995).

Отже, відкритість, публічність та доступність інформації мають суперечливий характер, що призвело до критики «суспільства нагляду». З одного боку, люди хочуть захисту від злочинності та небезпеки, але з іншого – вони не хочуть, щоб їх контролювали та наглядали за ними безперервно. Найвідоміший із критиків цієї концепції М. Фуко стверджував, що контроль та нагляд можуть бути ефективними засобами влади, але вони також спроможні викликати у людей відчуття обмеженості та підозрілості, сковувати їхню поведінку (Фуко, 2020).

Значний вплив технологій інтернет-ЗМІ на користувачів відбувається через те, що вони забезпечують широкий доступ до новин, інформації та аналізу подій з різних галузей, від політики та бізнесу до розваг та культури. З одного боку, людям корисно дізнаватися про новини та події з різних джерел та з усього світу, з різних точок зору на одну і ту ж тему, що допомагає збагнути протилежні погляди та формувати власну думку. Але з іншого боку, інтернет-виданням притаманні й негативні якості, оскільки сьогодні серед великої кількості онлайн-медіа є чимало таких, що працюють комерційно чи політично заангажовані, а це може призводити до спотворення новин та інформації. В такій ситуації користувачі піддаються впливам маніпулятивних технологій, що діють на свідомість, формують громадську думку та порядок денний: спіндокторинг, гейткіпінг, джинса та інші. Українська політологиня А. Митко, займаючись вивченням інтернет-технологій, вважає, що такі маніпуляції з інформації в кінцевому результаті заважають та обмежують функціонування е-демократії. Так, за допомогою спіндокторингу створюється вигідна суб'єкту новинна сфера, задається її напрямок шляхом акцентування уваги на конкретних потрібних подіях, а потік непотрібних уповільнюється.

Гейткіпінг – це технологія, за допомогою якої здійснюється фільтрування інформації. В рамках цієї технології відбір інформації є дуже суб'єктивним, направленим на створення потрібної громадської думки щодо певного явища (Митко, 2014, с. 46-48). Джинсою є замовні журналістські матеріали або прихована реклама, призначенням яких є створення позитивного (не завжди правдивого) іміджу політика (Мишок & Школяр, 2016, с. 97).

Актуальною, особливо на час війни, також є проблема розповсюдження в інтернет-ресурсах фейкових новин та дезінформації, які призводять до серйозних соціальних наслідків, зокрема до соціального конструювання хибної реальності. Споживаючи відфільтровану інформацію і/або дезінформацію, користувач може уявляти світ зовсім не таким, яким він є насправді (Мишок, 2022е). Такі тенденції викликали появу концепту «постправди». Політика постправди є характерною не лише для інтернет-ресурсів, вона пронизує усі інформаційні медіа – традиційні і новітні. Українська політологиня Л. Дорош стверджує, що постправда трактується передусім як подання інформації, яка призначена впливати на емоції, а не передавати факти. Йдеться про те, що суб'єкти, які надають інформацію (політичні лідери, журналісти, громадські діячі тощо) поширюють її як таку, яку реципієнт (громадськість) хоче чути, а тому постправда не завжди є неправдою. У більшості випадків постправда – це набір спотворених (напівправда) або сфабрикованих фактів, з яких випливають хибні висновки. В епоху постправди фейкові новини, дезінформація, теорії змови створюють альтернативну реальність і слугують пропагандистським цілям. Постправда використовується та подається тими людьми, які прагнуть переконати інших у своїй «вигаданій правді» (Дорош, 2022, с. 14). Прикладом такої технології (визначаємо політику постправди технологією, оскільки цей феномен володіє притаманними їй рисами: вона має ціль, засоби, послідовність, враховує умови середовища тощо) є робота російської пропаганди, яка викривляє факти війни в Україні (навіть не називаючи її війною), що заважає розібратися в реальній ситуації.

Інтернет-користувачі можуть бути споживачами й завдяки технологіям соціальних медіа. Там вони споживають інформацію і від професійних інтернет-ЗМІ, які через кроспостинг поширюють новини на актуальних та популярних платформах, і створений контент іншими користувачами. Все ж соціальні медіа – це технології, які надають не лише інформаційні, але й потужні комунікативні можливості пересічному користувачеві, тому їх варто детальніше розглянути в контексті продукування контенту.

Соціальні медіа – це набір сервісів та платформ в інтернеті, що дозволяють користувачам взаємодіяти між собою, споживати, створювати та поширювати різноманітний контент. До них належать соціальні мережі, месенджери, блоги, медіахостинги, інтернет-енциклопедії тощо (Григорова, 2017, с. 95). Соціальні мережі, месенджери – це система технологій, основним завданням яких є побудова та організація соціальних взаємовідносин в інтернеті. Зараз існує багато різних соціальних мереж, в яких є свої правила поведінки, однак їх усіх об’єднують однакові цілі – підтримка комунікації між користувачами, обмін різноманітним контентом, формування та організація мережі взаємовідносин і на їх основі спільнот в інтернеті з людей, які мають схожі інтереси, потреби та/або діяльність. Зауважимо, що учасників соціальних мереж не можна узагальнювати як віртуальну спільноту, оскільки в кожного користувача окремої соціальної платформи будуть різні інтереси та цілі її відвідування. Соціальна мережа слугує скоріше «суспільною інфраструктурою» для побудови різноманітних віртуальних спільнот. Якщо розглянути яким чином формуються віртуальні спільноти, то їх існування починається зі створення програмної оболонки, за допомогою якої утворюється можливість для взаємодії учасників і соціальна структура спільноти (творці електронних, програмних ресурсів і контенту; учасники інтернет-спільноти, користувачі). Різниця можливостей в істотній мірі характеризується специфікою статусів користувачів, пов’язаною з обсягом владних повноважень. З іншого боку, якщо віртуальна спільнота спочатку формується без чіткої структури, а просто як поле для взаємодії, тоді критерій

для соціальної нерівності змінюється і залежить від наявності більшого чи меншого обсягу капіталів у її учасників (Мишок, 2021а).

Ще однією не менш важливою особливістю соціальних мереж є можливість з допомогою їхніх інструментів користувачам самовиражатися, будувати та представляти свій віртуальний образ, який може кардинально відрізнятися від реального. До засобів представлення в соціальних мережах зараховуються: особиста інформація (вказується в спеціальних розділах профілів соціальних мереж), нікнейм, аватар, статус (короткий вислів на головній сторінці), контент на сторінці (текстовий, фото-, відеоконтент), підписки на різні спільноти, участь у коментуванні тощо. Наприклад, аватар виконує функцію візуального представлення користувача віртуальній спільноті, відображаючи певним чином його зовнішність та риси і спрощуючи процедуру розпізнавання тої чи іншої людини в опосередкованому віртуальному середовищі. Часто буває, що аватар представлений нереальним зображенням особистості (квіти, тварини, знаменитості, мультиплікація тощо), що пояснюється низкою причин соціально-психологічного характеру. Часто такі аватари слугують символічним втіленням характеристик користувача (реальних і/або бажаних), крім цього, вони допомагають привернути увагу віртуальної спільноти або навпаки відсіяти тих людей, чиє світосприйняття чи позиція кардинально відрізняється. Надзвичайною популярністю у соціальних мережах зараз користуються так звані «маски» – інструменти для покращення реального фото. Проте, цікавими з соціологічної точки зору є маски, які чітко транслюють соціальну позицію людини щодо певних соціальних питань. Наприклад, у соціальній мережі Facebook якийсь час українські користувачі активно застосовували маску «Один з 25%», що демонструвала політичну позицію – підтримку на президентських виборах 2019 року кандидата П. Порошенка. Такі маски говорять не лише про наявність певних характеристик особистості, але й про її групову ідентифікацію (Мишок, 2020с, с. 19). Іншим уже актуальнішим прикладом є активне використання патріотичних масок, серед яких найчастіше на аватарах

зустрічається український прапор. Їх використовували не лише українці, але й іноземці, аби показати свою солідарність та підтримку українському народові.

У сучасному світі соціальні мережі та месенджери стали важливим інструментом для творення політичних та соціальних змін. Вони можуть використовуватися для формування громадської думки, мобілізації громадськості, організації протестів та інших соціально-політичних акцій. Американський соціолог Г. Рейнгольд навіть вводить для пояснення такого явища новий термін «smart mob» (розумний натовп). Це поняття позначає об'єднання людей, які можуть бути розкидані по всьому світу і навіть не знайомі між собою, але все одно проявляють узгоджену діяльність (Rheingold, 2002). Тобто мається на увазі, що за допомогою соціально-політичних інтернет-технологій, зокрема соціальних мереж, індивіди ефективно об'єднуються на основі спільних інтересів, задля здійснення певного виду діяльності та досягнення своїх цілей.

В ракурсі аналізу громадської думки в соціальних мережах варто згадати таку соціально-політичну технологію як інтернет-мем. Інтернет-меми є чутливими індикаторами громадської думки і водночас ефективною технологією для її творення завдяки таким характеристикам: вірусність, відтворюваність, серійність (схожість мемів між собою), емоційність (передача емоції та заклик до неї), мінімалізм форми (лаконічність та завершеність змісту), полімодальність (передача інформації багатьма каналами, зокрема й через соціальні мережі), актуальність, гумористичність, медійність і навіть заклик до дій (Мишок, 2021b, с. 61).

Серед інших способів формування громадської думки в межах соціальних мереж можна назвати такі сучасні інтернет-технології: астротурфінг, тролінг, боти, хейт-спіч та інші. Ці технології в більшості випадків використовуються саме для маніпулювання свідомістю користувачів, задля конструювання реальності, необхідної тому чи іншому соціально-політичному суб'єктові та коригування соціально-політичної поведінки віртуальної й реальної.

Порівняно з соціальними мережами, які ставлять за мету встановлення контактів та спілкування, інша технологія соціальних медіа – блоги, зосереджена на створенні постів, які представляють короткі записи, відсортовані у зворотному хронологічному порядку. Публікації в блогах є публічними та передбачають можливість коментування читачами, що робить їх важливим середовищем для мережевого онлайн-спілкування (Григорова, 2017, с. 97).

Ще однією технологією соціальних медіа є сервіси, в рамках яких користувач може створювати та поширювати мультимедійний контент: відео (YouTube, Vimeo, TikTok та інші), фото (Інстаграм, Flickr, Pinterest тощо), аудіо (музика та подкасти – Spotify, Deezer, Google Podcasts тощо). Великою популярністю в Україні користуються відеохостинги YouTube та TikTok. Користувачів, які створюють контент на таких платформах, називають відеоблогерами – «ютуберами» і «тіктокерами» відповідно. Формати відеоблогів постійно трансформуються, розвиваються, з'являються нові напрямки, тому сьогодні не існує будь-якої офіційної класифікації. Для прикладу ми розглянемо політичний відеоблогінг як технологію, яка безпосередньо пов'язана з соціально-політичними процесами. За допомогою цієї технології відбувається онлайн-взаємодія блогера, що публічно представляє відео, яке відображає його думки й судження з приводу соціально-політичних процесів в країні, з іншими користувачами інтернету. Зворотний зв'язок при цьому відбувається способом коментування користувачами цього відео, в результаті чого реалізується основна функція відеоблогу – комунікативна. Онлайн-активність та імідж відеоблогерів, популярність контенту відображається в кількості підписників, що позначає функцію згуртованості та підтримки соціальних зв'язків (Мишок, 2020а, с. 40).

Окремо від означених видів інтернет-медіа варто розглянути технології краудсорсингу, краудфандингу та онлайн-волонтерства.

В. Голка трактує поняття краудсорсингу як сучасного креативного методу активізації соціальної співпраці. Технологія краудсорсингу полягає в

об’єднанні людей в такий собі «колективний розум» задля ефективної реалізації суспільно важливих завдань. Краудфандинг, в розумінні В. Голки, полягає в добровільному об’єднанні фінансових ресурсів задля досягнення певних завдань або вирішення суспільно важливих проблем (Голка, 2016, с. 12-13). Варто зауважити, що існують різні концепції фінансування, наприклад, донати, аукціони, інвестування, які відрізняються наявністю чи відсутністю певного рівня моральної чи фінансової компенсації, але всі вони мають спільний елемент – пожертвування коштів на підтримку проєктів, ініціатив чи на регулювання суспільно важливих проблем. Прикладом такої технології в Україні є велика кількість краунфандингових проєктів («Повернись живим», «Фонд Сергія Притули» і багато інших), які існують уже не один рік і дуже ефективно залучають кошти для підтримки українців та ЗСУ під час війни (Мазаракі, Волосович, 2023, с. 10).

Онлайн-волонтерством є неоплачувана діяльність, яка є добровільною і проявляється свідомо на користь інших людей, яка реалізується завдяки інтернет-технологіям. До видів цифрового волонтерства можна віднести зокрема громадську журналістику – коли журналістська діяльність виконується непрофесіоналами на благо громад. Є блогери, які займаються громадською журналістикою, висвітлюючи реальні та актуальні події в Україні, при цьому не отримуючи за це якоїсь винагороди. Ще одним прикладом є платформи дистанційного навчання, де безплатно й у відкритому доступі є різноманітні онлайн-курси від найкращих університетів України та світу. Ще одним прикладом є онлайн-картографія – створення карт для ілюстрації проблеми, явища або об’єктів. Waze або Navizor, сервіси, волонтерами яких є пересічні водії, які в реальному часі працюють над створенням карт автошляхів України. Створення загальних ресурсів знань – це вид онлайн-волонтерства, коли будь-який користувач допомагає зі створенням цифрових баз даних. Наприклад, Національний музей Голодомору закликає долучитися до оцифрування історій очевидців подій тих часів. Якщо брати реалії сьогодення, то варто згадати про наявність великої кількості

українських чат-ботів (War Crime Bot, SaveEcoBot тощо), які збирають важливу інформацію від свідомих громадян для фіксації воєнних злочинів. Також необхідно згадати низку волонтерських онлайн-платформ, створених для підтримки та взаємодопомоги, де фахівці надають безплатні консультації (юридичні, психологічні тощо) в режимі онлайн. Одним із прикладів є «Розкажи мені» – інтернет-платформа для надання українцям безоплатної психологічної допомоги (Мишок, 2022с, с. 64).

Отже, соціально-політичні інтернет-технології представляють широкий спектр способів поведінки для користувачів. Ця поведінка може проявлятися в межах формалізованих і неформалізованих технологій, в професійній чи непрофесійній сфері, задля творення чи для споживання, з корисливою метою чи на основі благодійності, але усі вони стосуватимуться соціально-політичних питань та проблем. Погоджуємося з думкою Н. Бойко, що вплив інтернету на демократизацію та формування громадянського суспільства, не є одновекторним, оскільки, аналізуючи кожну соціально-політичну інтернет-технологію окремо в певних ситуаціях, прослідковуємо їхні позитивні сторони, які сприяють розвитку держави й суспільства, але й водночас вони можуть мати суперечливий характер і навіть негативні конотації, які стають бар’єрами для проходження важливих соціально-політичних процесів і прогресу загалом.

2.3. Виклики та перешкоди на шляху інституціалізації соціально-політичних інтернет-технологій в українському суспільстві

Процес інституціалізації та розвитку соціально-політичних інтернет-технологій в українському суспільстві не проходить гладко, є певні труднощі, пов’язані з функціонуванням формалізованих і неформалізованих онлайн-процедур. Такі проблеми умовно можна розділити на перепони, які заважають інституціалізації новітніх технологій в українському суспільстві та ризики, які виникають в ході використання соціально-політичних інтернет-технологій (Мишок, 2018, с. 270).

Спочатку важливо підкреслити, що розвиток соціально-політичних інтернет-технологій безпосередньо залежить від обсягів фінансування наукових досліджень та розробок, що, своєю чергою, тісно пов'язано зі станом національної економіки та інноваційною активністю в країні. Ця проблема існувала в Україні постійно, але пандемія COVID-19 принесла нові виклики, ще більше ситуація загострилася через повномасштабне російське вторгнення. Активні бойові дії, масові ракетні удари по інфраструктурі призвели до знищення критично важливих об'єктів. Як наслідок – сотні тисяч українців залишилися повністю без доступу до інтернету, а значна частина населення в різних регіонах країни змушена користуватися низькою швидкістю інтернету. Все це гальмує насамперед процеси цифровізації в Україні, заважає ефективному розв'язанню проблем, пов'язаних не лише із впровадженням сучасних технологій в соціально-політичній сфері, але й з регулюванням усіх нагальних проблем українського суспільства.

Важливо зауважити, що, попри війну в Україні продовжується активна цифровізація та діджиталізація суспільства, яка супроводжується підтримкою з боку влади й громадян. Підтвердженням досягнень держави у цьому напрямку є підвищення у 2022 році рангу України в рейтингу E-Government Development Index, де серед європейських країн Україна займає 46 позицію, що дозволило їй перемістити з групи країн з високим індексом розвитку електронного урядування до початкової групи з дуже високим рівнем (UN E-Government Survey 2022, n. d.). Засвідченням підтримки процесу діджиталізації з боку громадськості може бути те, що в Україні з кожним роком збільшується кількість людей, які використовують електронні державні послуги (з 60% у 2021 до 63% у 2022) (Аналітичний звіт «Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг», 2023).

Однак, позитивні тенденції в країні не нівелюють проблеми, що існують в українському суспільстві уже довгий час і які загострилися через війну. Це стосується, наприклад, питання «цифрового розриву». «Цифровий розрив» – це концепт, який позначає нерівні для різних соціальних та географічних груп

населення можливості доступу, використання і виробництва інформації чи знання, а також нерівність у використанні новітніх інформаційно-комунікативних технологій. Це явище має багатовимірний характер і включає аспекти недостатнього матеріально-технічного забезпечення населення, нерівного доступу до інтернету залежно від географічного місця проживання (село/місто), «розрив» між «цифровими уродженцями» (покоління, яке народилося в епоху активного використання інтернету) та «цифровими іммігрантами» (покоління, що призвичаюється до результатів інформаційного-технологічного прогресу), виключення людей з низькими доходами з цифрової інтеграції та неоднаковий рівень доступу до інформаційно-комунікативних технологій через недостатність знань, освіти та навичок. Таким чином «цифровий розрив» поділяється на матеріальний, географічний, віковий, економічний та інтелектуальний (Мишок, 2020b, с. 29).

В Україні досі спостерігається географічний та віковий аспекти «цифрового розриву». Так, за результатами проведеного дослідження КМІС у вересні 2022 року, найбільше інтернетом, зокрема електронними послугами, користувалися молодші респонденти, жителі більших населених пунктів. Значна відмінність існує у використанні таких послуг залежно від віку: серед осіб у віці 18-29 років принаймні одну послугу використовували 82,5% респондентів, тоді як серед людей старших 70 років це число складало 28%. Зауважимо, що порівняно з минулими роками, відбувається зростання залучення людей старшого віку до використання соціально-політичних інтернет-технологій – у 2020 році показник використання електронних послуг такої категорії населення складав 20% (Аналітичний звіт «Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг», 2023). \

Матеріальний та економічний аспекти цифрової нерівності в Україні зараз дуже сильно залежні від ситуації в країні, яка кожного дня змінюється через активні бойові дії.

Важливим аспектом цифрової нерівності є наявність цифрових навичок та компетентностей, що дозволяють грамотно та ефективно використовувати інформаційно-комунікативні ресурси світової мережі. О. Гудзенко та Д. Щепова розглядають цей рівень «цифрового розриву» за критерієм наявності цифрового капіталу, який є ресурсом, що надає можливість займати більш привілейовані статусні позиції в стратифікаційній системі інформаційного суспільства. Цифровий капітал, в розумінні дослідниць, є важливою складовою культурного капіталу агента інформаційного суспільства і представляє сукупність набутих компетенцій та навичок, отриманих в ході роботи з інформаційно-комунікативними технологіями, які дозволяють користувачам реалізовувати свої життєві стратегії та досягати певних цілей (Гудзенко & Щепова, 2022, с. 100).

Цифрові навички охоплюють широкий спектр компетентностей, серед яких українська дослідниця Г. Генсерук виокремлює інформаційну та медіакомпетентність (пошук, розуміння, організація цифрової інформації, її критичне осмислення), комунікативну компетентність (знання, вміння, потрібні для різних способів цифрової комунікації), технічну компетентність (знання та вміння для ефективного й безпечного використання соціально-політичних інтернет-технологій), споживчу компетентність (знання, вміння для використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій задля задоволення різноманітних потреб чи для розв’язання наявних проблем) (Генсерук, 2019, с. 11).

Низький рівень таких компетентностей у громадян, зокрема у молоді, є серйозною перепоною для розвитку соціально-політичних інтернет-технологій, адже люди можуть банально не знати, що існують такі способи для реалізації поведінки або використовувати ці технології неправильно чи навіть неправомірно.

В Україні за період 2019-2021 років Міністерство цифрової трансформації провело два загальнонаціональних опитування щодо цифрової грамотності населення. У звіті за 2021 рік демонструється покращення загального рівня

цифрових навичок. Зокрема, частка респондентів з навичками вище базового рівня зросла з 25,5% до 32,6%, а частка респондентів з відсутніми навичками скоротилась з 15,1% до 11,2%. Крім того, зменшилась частка респондентів з низькими та базовими цифровими навичками (Дія. Цифрова Освіта, б. д.).

Актуальніше дослідження КМІС за 2022 рік показує, що у 47% опитаних громадян брак навичок є причиною того, що вони не використовують можливості інтернету для отримання державних послуг (Аналітичний звіт «Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг», 2023).

Якщо розглядати сучасний рівень медіаграмотності в Україні, то результати численних соціологічних досліджень показують, що такі її елементи, як вміння розпізнавати фейки та фактчекінг, характеризуються невисокими показниками (Мишок, 2022е, с. 151). Тобто, названі показники засвідчують поки про наявність «цифрового розриву» в аспекті володіння цифровим капіталам, який виражається, незважаючи на володіння молоддю технічною компетентністю, низьким рівнем медіаграмотності.

Варто додати, що О. Гудзенко та Д. Щепова розглядають ще один рівень цифрової нерівності – «нерівність можливостей/повноважень». Суть цього аспекту «цифрового розриву» полягає в тому, що навіть, якщо комп’ютер, смартфон та інтернет на цих гаджетах є доступними для громадян і не виникає труднощів в користуванні цими пристроями, далеко не всі будуть використовувати можливості, що надають соціально-політичні інтернет-технології. Згідно з дослідженням Мінцифри, більшість українців зберігає високий рівень комунікаційних (79,2% респондентів) та інформаційних навичок (78,9%). Однак, навички розв’язання життєвих проблем залишаються низькими – на рівні вище базових навичок у 55,8%, а навички створення цифрового контенту складають 36,8%. Тобто, користувачі, володіючи навичками прояву в інтернеті різних форм поведінки, скоріше схилятимуться до рівня споживання, а не творення контенту. Водночас О. Гудзенко та Д.

Щепова зауважують, що специфіка такого споживання матиме скоріше розважальну спрямованість (Гудзенко & Щепова, 2022, с. 101).

Звідси виходить, що соціально-політична інтернет-поведінка не лише залежить від обізнаності в тому, які технології й в який спосіб використовувати, але й від бажання та зацікавленості людини включатися в соціально-політичні процеси в суспільстві. Тому ще одним бар'єром на шляху інституціалізації та розвитку таких технологій є недостатній рівень громадянської культури населення країни. Якщо дуже загально інтерпретувати поняття громадянської культури, то воно містить знання і визнання громадянських обов'язків, прав та відповідальності, етики та моралі, суспільних норм і правил, а також готовності людиною всього цього дотримуватися (Рацул, 2022, с. 72). Всі ці складові формують у людини прагнення брати участь у процесах прийняття рішень та впливати на соціально-політичну ситуацію в країні, розвивати громадянське та демократичне суспільство. Відсутність або низька сформованість таких поведінкових настановлень у громадян, а особливо молоді, призводить до відсутності реальних дій на користь суспільства. До повномасштабного вторгнення, згідно з даними останньої хвилі Світового дослідження цінностей (Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E., & Puranen, B., 2022), в Україні спостерігався низький рівень залученості громадян до основних форм активності в рамках громадянського суспільства – членства в політичних партіях, громадських чи професійних об'єднаннях, профспілках, благодійних організаціях, підписування петицій, участі у виборах, бойкотах, мирних демонстраціях, страйках тощо (детальніше про це у підрозділі 4.1. четвертого розділу). Також серед українців прослідковувався високий рівень байдужості та незацікавленості політикою (сумарна кількість не дуже зацікавлених та взагалі не зацікавлених – майже 64% опитаних). Такий рівень був значно нижчий, ніж у країн Європейського Союзу, США та Великій Британії, де рівень зацікавленості громадян політикою сильно переважає незацікавленість

(наприклад, у Великій Британії сумарна частка дещо та сильно зацікавлених у політиці респондентів сягає 60,1%, а в США – 64,1%) (Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E., & Puranen, B., 2022).

Такі тенденції є індикатором того, що в Україні погано працює інститут громадянської освіти, основним завданням якого, власне, й було забезпечення належного культурно-психологічного фону для громадянської залученості.

Але повномасштабна війна, всупереч її руйнівним наслідкам, стала каталізатором громадянської активності в Україні. Громадяни активно записувалися в лави ЗСУ, ТрО, почали інтенсивно практикувати діяльність в публічному просторі, допомагати військовим, усім постраждалим від війни й робити багато інших речей, які зазвичай були нехарактерними для мирного часу. Особливу роль така мобілізація залученості відіграє саме для молодих громадян, оскільки в такій ситуації відбувається накопичення ними так званих «civic skills», які вони збережуть на все життя. Це може призвести до того, що в майбутньому в мирний час сучасна молодь займатиметься громадською діяльністю на значно вищому рівні, ніж їх старші попередники. Є дослідження, які показують, що у країнах, що зазнали більшої мобілізації протягом Другої світової війни, спостерігається більша різниця у рівнях громадської залученості між поколіннями громадян, які досягли повноліття під час війни та старшими поколіннями, і ці відмінності зберігаються десятиліттями після війни (Kage, 2010).

Громадянська участь і мобілізація залежать також від довіри. Як зазначає один із сучасних вітчизняних соціологів В. Паніотто, довіра є важливим показником, який лежить в основі соціального співробітництва. Соціолог виділяє два типи довіри: узагальнену (довіра до людей, про яких немає інформації, довіра до незнайомців) та партикулярну (довіра до знайомих людей). Окремо дослідник аналізує довіру до політиків та влади загалом. Низькі показники довіри громадян до влади, громадських об’єднань та інших

інституцій, за словами В. Паніотто, можуть привести до соціальної апатії (Паніотто & Харченко, n.d.).

Численні соціологічні дослідження та моніторинги авторитетних соціологічних служб в Україні, а також згадане Світове дослідження цінностей роками фіксували недовіру українських громадян до більшості соціальних інституцій (Уряд, Верховна Рада, Президент, ЗМІ тощо). До переліку структур, яким громадяни довіряли, входили ті, які насамперед асоціювалися з безпосередньою діяльністю та опором російській агресії, тобто ЗСУ, Державна прикордонна служба, ДСНС, добровольчі батальйони, громадські та волонтерські організації. Дослідження рівня довіри українських громадян на час повномасштабної війни, здійснене службою Центр Разумкова в кінці лютого 2023 року, показує, що українці зараз довіряють більшості державним та суспільним інституціям. До тих структур, яким і раніше довіряли українці, рівень довіри збільшився ще в кілька разів. Великий приріст довіри відбувся до низки державних інституцій, зокрема до Президента, СБУ, Національної поліції (Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.), 2023). Однак, варто зауважити, що таке істотне зростання довіри громадян до дій влади, яке фіксується соціологами після початку повномасштабної російської агресії, радше пояснюється природною реакцією суспільства – прагненням до об'єднання навколо лідера, а не реальним усвідомленням успішності проведених владою реформ. Додамо до цього ще й те, що судовій системі, державному апарату (чиновникам) та політичним партіям українці продовжують не довіряти й зараз.

Окремо варто розглянути питання довіри до сучасних інформаційно-комунікативних технологій, оскільки це чинник, який безпосередньо впливає саме на прояви соціально-політичної інтернет-поведінки. Підтримувати цей аспект довіри дуже складно в умовах сучасного українського суспільства, коли не один рік активно ведеться інформаційна війна проти нашої країни. Тому питання інформаційної безпеки та кібербезпеки в Україні зараз є не просто

актуальними, а необхідними для захисту цілісності держави в принципі. Згідно з доктриною інформаційної безпеки України, існують різноманітні загрози національній безпеці та інтересам України в інформаційній сфері. Серед них можна виокремити проведення спеціальних інформаційних операцій, спрямованих на підрив обороноздатності та деморалізацію військових формувань, а також розпалювання соціально-політичної та міжетнічної напруги в Україні. Крім того, держава-агресор проводить інформаційну експансію та контроль на тимчасово окупованих територіях, здійснює заклики до радикальних дій та ізоляціонізму, що може створювати загрозу національній безпеці та інтересам країни. Недостатній розвиток державної інформаційної інфраструктури та неефективність національної інформаційної політики ще більше ускладнюють боротьбу з інформаційними загрозами та зменшувати здатність країни ефективно реагувати на них (Виздрик & Мельник, 2023, с. 200).

Кібербезпека зосереджена на захисті від інформаційних загроз, які пов’язані з використанням комп’ютерів, мереж та інтернету. Кібербезпека охоплює захист від хакерських атак, вірусів, зловмисних програм та інших інформаційних загроз, які можуть завдати шкоди комп’ютерам, мережам та інтернет-ресурсам, що використовуються не лише окремими громадянами, а й державними та урядовими структурами (банківські системи, сайти міністерств, інформаційні ресурси та структури національного оборонного потенціалу тощо) (Трофименко, О., Прокоп, Ю., Логінова, Н.& Задерейко, О., 2019, с. 151). Варто зауважити, що хакерство є специфічним і неоднозначним віртуальним явищем. З одного боку, враховуючи цілеспрямованість поведінки хакера на здійснення неправомірної дії з метою збагатитися (фішінг, піратство тощо) або з політичною метою (кібертероризм, маніпуляція), – це однозначно є електронним злочином, адже дії цифрового злочинця приносять шкоду суспільству. З іншого боку, існують так звані «етичні» хакери та хактивісти, котрі намагаються боротися з несправедливістю в інтернеті, протидіяти злочинам та зміцнювати систему кіберзахисту країни, шукаючи вразливі місця

в програмному забезпечені (Мишок, 2022a). Але тут важливо розуміти межу між корисністю і шкодою таких інтернет-практик, оскільки мотивація конкретного суб'єкта, який займається такими речами, може бути лише на перший погляд благородною. Тому тут необхідним є чітке регулювання з боку відповідних інституцій і нормативно-правових документів, з чим в Україні сьогодні існують проблеми. Недосконала нормативно-правова база та брак інституцій, що можуть регламентувати такі дії в інтернеті та забезпечувати безпеку, в поєднанні з низьким рівнем громадянської культури, призводить до існування в країні високого рівня поширеності електронних злочинів, які не лише приносять збитки економіці країни, але й впливають на зменшення довіри до соціально-політичних інтернет-технологій.

Забезпечення державою чи провайдерами інформаційно-комунікативних технологій інформаційної безпеки та кібербезпеки є першочерговою складовою їхньої інформаційної політики. Але не менш важливою є і просвітницька діяльність у цьому напрямку, яка не лише має стимулювати правомірну інтернет-поведінку громадян, але й формувати довіру до різних соціально-політичних інтернет-технологій, що може зумовити їхнє активне використання на благо суспільства в майбутньому. В іншому випадку відсутність належних знань про інформаційну безпеку та кібербезпеку, низька поінформованість населення щодо цих питань, а також розуміння людиною великого спектра інформаційних і кіберзагроз, банальний страх того, що особисті цифрові дані використовуються проти самої людини, можуть спровокувати не просто низький рівень довіри до інформаційно-комунікативних технологій, але й розвинути певні неолудистські настрої – від негативного ставлення до повної відмови користування сучасними технологіями (Мишок & Климанська, 2020b, с. 100).

Усі вище перелічені перешкоди й загрози для ефективного використання соціально-політичних інтернет-технологій в українському суспільстві умовно можна розділити на три рівні: зовнішній стосовно держави, державний та громадянський. Зовнішній стосовно держави рівень охоплює ті загрози та

бар’єри, які надходять з боку інших агресивно налаштованих держав. Другий рівень охоплює проблеми, причиною яких виступають неготовність, неспроможність або невміння державних інституцій забезпечувати правове регулювання, кіберзахист, інформаційну безпеку і належне інформування того, яким чином правильно використовувати інформаційно-комунікативні технології задля розв’язання соціально-політичних проблем окремих громадян, спільнот чи суспільства загалом. На громадянському рівні виникають проблеми з практиками використання – громадяни з тих чи інших причин не користуються (або мало користуються) доступними для них соціально-політичними інтернет-технологіями або ж використовують ці технології задля задоволення власних меркантильних інтересів.

Очевидно, що перешкод та ризиків є набагато більше, ніж розглянуто у цьому підрозділі. З кожним роком суспільство і технології, розвиваючись, породжують нові виклики. Тому потрібно не лише боротися з труднощами, які є зараз, але й готуватися до змін у майбутньому шляхом вивчення наявних тенденцій та прогнозування, на основі здобутих емпіричних даних, нових викликів.

Висновки до другого розділу

Соціально-політичні інтернет-технології ми розглядаємо як синтезуючий концепт, який містить у собі поняття соціальної технології та її окремих видів – політичної, інформаційної, комунікативної. Соціально-політичну інтернет-технологію трактуємо як систему послідовних дій, які здійснюються за допомогою інформаційно-комунікативних технологій (інтернету), з метою досягнення соціально-політичних результатів, залежно від мети, яку ставить (або й не ставить) перед собою суб’єкт, та від умов середовища. Це поняття охоплює соціальні аспекти технології, тобто способи поведінки людини у віртуальному середовищі, взаємодії з іншими користувачами, що формують соціальні відносини та практики; політичний вимір технологій – вплив на думки, поведінку людей та управління державними процесами; використання

засобів та інструментів для створення, поширення, збереження, обміну та управління інформацією в інтернеті (інформаційно-комунікативний підхід).

Соціально-політичні інтернет-технології, зважаючи на їхню роль у державотворчих процесах, поділено на формалізовані інтернет-технології – форми поведінки, які фіксуються в державних інструментах (використання інструментів е-демократії), і неформалізовані – ті способи й процедури інтернет-поведінки користувачів, які є не регламентованими на нормативно-законодавчому рівні й не передбачають безпосередньої взаємодії з органами влади, хоча й можуть її стосуватися. Було визначено також особливості соціально-політичних інтернет-технологій, призначених для споживання, створення контенту на соціально-політичну тематику, для організації та мобілізації громадян. Під час аналізу різних інтернет-технологій було виявлено, що їхня роль у формуванні громадянського суспільства має неоднозначний характер, оскільки кожну соціально-політичну інтернет-технологію можна розглядати окремо й прослідкувати позитивні аспекти, які сприяють розвитку держави та суспільства, а також суперечливі та негативні наслідки, які перешкоджатимуть важливим соціально-політичним процесам та загальному прогресу.

Розглядаючи актуальні на сьогодні в українському суспільстві перешкоди та загрози, які ускладнюють ефективне використання соціально-політичних інтернет-технологій, було виділено три рівні проблем: зовнішній стосовно держави, державний та громадянський. Зовнішній рівень включає загрози та перешкоди, що походять з боку інших агресивно налаштованих держав. Другий рівень включає проблеми, зумовлені недостатньою підготовкою, нездатністю або невмінням державних інституцій забезпечувати правове регулювання, кіберзахист, інформаційну безпеку і належну інформацію про те, як правильно використовувати інформаційно-комунікативні технології для розв’язання соціально-політичних проблем окремих громадян, спільнот чи суспільства загалом. На громадянському рівні проблеми пов’язані з тим, що громадяни з певних причин не використовують (або мало використовують)

доступні для них соціально-політичні інтернет-технології або ж користуються ними більше для задоволення своїх особистих інтересів, які можуть суперечити державним та суспільним.

РОЗДІЛ 3. РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

3.1. Громадянське суспільство: шляхи розвитку

Громадянське суспільство – це багатоаспектне явище, яке є одним із ключових концептів соціогуманітарних наук ще з давніх часів. Спроби трактування громадянського суспільства можна спостерігати в ідеях мислителів Античності, Середньовіччя та Відродження. Філософи цих епох визначали існування громадянського суспільства в переплетенні економічних, політичних, соціальних та духовних відносин державно-організованого суспільства, намагалися відділити громадянське суспільство від держави, показуючи, що є інша система суспільних відносин, не підвладна державі, яка керується своїми законами.

Сучасне розуміння громадянського суспільства переважно пов’язують з поглядами мислителів XVI-XVIII століть, серед яких Т. Гоббс, Дж. Локк, Ш. Монтеск’є, Т. Мор, Е. Ротердамський, Ж.-Ж. Руссо, А. Сен-Сімон, Б. Спіноза, Д. Г’юм, А. Фергюсон, А. Сміт. Зокрема, англо-шотландська рефлексія на тему громадянського суспільства полягає у тому, що воно має історію, яка починається з утвердження цивільності та призводить до загального прогресу цивілізації (Рено, 2006, с. 299).

Вагомий внесок у розвиток концепції громадянського суспільства зробив французький соціолог Алексіс де Токвіль. Важливість його наукового доробку, як стверджує В. Степаненко, в тому, що, по-перше, дослідник чітко розділяв державу та громадянське суспільство, по-друге, одним із перших визначив та пояснив соціальну функцію громадянського суспільства у державотворенні та становленні демократії, по-третє, важливу роль (навіть більшу, ніж законам) в процесі формування громадянського суспільства соціолог відводив духовній сфері, традиціям та цінностям (Степаненко, 2015, с 71-79).

Успішність демократії в американському суспільстві Алексіс де Токвіль пояснював формуванням громадянського суспільства «знизу» – через добровільні об'єднання людей в громади. Тому, на думку соціолога, громадянське суспільство є необхідним елементом демократизації, навіть підвалиною цього процесу, оскільки воно забезпечує участь громадян у політичному житті й підтримує розвиток громадянських прав і свобод (Токвіль, 1999, с. 60-62).

Ідея взаємозв'язку громадянського суспільства та держави, а не їх протиставлення, спостерігається й у німецькій філософії. Г. В. Ф. Гегель розглядає громадянське суспільство як структуру, що існує між особою, сім'єю та державою. При переході від сім'ї до громадянського суспільства відбуваються зміни в моральності, з'являється «приватний інтерес», і, як висловлюється Гегель, «в громадянському суспільстві кожен ставить свою мету для себе, а все інше – для нього ніщо... проте він не може досягти своєї мети без взаємодії з іншими, які є засобами для досягнення його особистих цілей» (Hegel, 2001). Гегель розглядає громадянське суспільство як складну систему соціальних взаємин індивідів, яка базується на опосередкованих трудових відносинах, індивідуальних та суспільних потребах, приватній власності та загальній формальній рівності. У філософії Гегеля розвиток громадянського суспільства передбачає наявність держави як його основи. З цього випливає, що громадянське суспільство виникає пізніше за державу та за саме суспільство (Резнік, 2003).

К. Маркс, на відміну від Г. В. Ф. Гегеля, громадянське суспільство зводить лише до економічної сфери й вважає, що воно є передумовою держави. К. Маркс вважав, що громадянське суспільство представляє інтереси всіх класів, а не тільки панівного, як це відбувається в державі. Однак, він також вбачає суттєві суперечності у громадянському суспільстві, пов'язані з приватною власністю. У комуністичному суспільстві, за твердженням Маркса, зникне держава, оскільки не буде потреби у примусі, але разом з нею зникне і

громадянське суспільство, яке базується на приватній власності (Чувардинський, 2006, с. 72).

Е. Дюркгайм пропонує альтернативу концепції відчуження, запропонованій К. Марксом. Згідно з його підходом, солідарність є необхідною умовою існування суспільства, яка може виражатися через різні форми, як-от родинна, професійна, національна тощо. Е. Дюркгайм вважає, що джерелом почуття солідарності є суспільний поділ праці, який інтегрує членів суспільства і робить їх взаємозалежними (Durkheim, 1960).

Представник марксизму А. Грамші громадянське суспільство розумів як необхідну складову суспільства загалом. Воно є ареною зіткнення інтересів різних соціальних класів та груп. Поняття «громадянське суспільство» він застосовував для позначення того, як апарати гегемонії поширюють ідеологію панівного класу. Згідно з А. Грамші, панування складається з політичного панування, яке опирається на апарат насильства (політичне суспільство) та ідейно-морального панування – гегемонія (громадянське суспільство) (Gramsci, 1992). Панівний клас у сфері «громадянського суспільства» шукає союзників, прагне отримати підтримку та згоду інших класів, соціальних груп шляхом досягнення консенсусу або «концентрування згоди». Виникнення гегемонії, на думку італійського мислителя, можливе лише в країнах з розвинутим «громадянським суспільством» та класовою структурою. А. Грамші вважав, що шлях до соціалізму полягає в створенні нового типу самоврядного громадянського суспільства, яке замінить державу та політичне суспільство. Це суспільство поступово знищить будь-який державний контроль над громадським життям та призведе до зникнення держави та політичного суспільства. Основним його принципом буде регулювання на основі рівності та заміна закону моральністю (Ващенко, 2019, с. 7).

На думку В. Степаненка, теоретизування А. Грамші і його намагання розв’язувати питання еволюційної суспільної трансформації, рушійними силами якої є соціальні взаємодії та культурно-політичні впливи еліт у сфері громадянського суспільства, досі залишаються актуальними для

посткомуністичних та поставторитарних трансформацій, зокрема й для українських умов (Степаненко, 2015, с. 99).

Зацікавленість представників соціогуманітарних наук концепцією громадянського суспільства не є постійною, вона періодично посилюється або послаблюється. Наприклад, у середині XX століття спостерігалося зниження інтересу до цієї концепції. Однак, починаючи з 1980-х років, у зв'язку з процесами демократизації в країнах Латинської Америки, Центральної та Східної Європи, включаючи Україну, інтерес до громадянського суспільства знову з'являється.

Серед великої кількості сучасних закордонних дослідників громадянського суспільства, зокрема й соціологів, одними з найвідоміших і найбільш цитованих (принаймні в українському науковому дискурсі) є концепції Р. Патнема, Ю. Габермаса, Дж. Александера, Дж. Коена, Е. Арато, М. Фуко, Е. Геллнера, А. Гоулднера, Ф. Фукуями тощо.

Сучасний теоретик соціологічної науки Р. Патнем разом зі своїми колегами, намагаючись дослідити причини нерівномірності розвитку громадянського суспільства в різних регіонах Італії, визначає однією з головних ознак такого суспільства активність громадян, які прагнуть співпрацювати та об'єднуватись один з одним. Громадянська активність розуміється Р. Патнемом як залученість громадян до суспільно важливих справ. При цьому така залученість пояснюється наявністю в громадян морально-етичних принципів, бажання добробуту для країни, а не діяльністю задля розподілу економічних ресурсів держави (Патнем, Леонарді & Нанетті, 2001, с. 29).

Ще один важливий критерій розвитку громадянського суспільства, дослідженням якого займався Р. Патнем – це наявність великого багажу соціального капіталу. Соціальний капітал як позитивний ресурс соціуму розглядався іншими науковцями, зокрема А. Смітом, Л.Д. Ханіфананом, Дж. Колманом, Г. С. Беккером, Ф. Фукуямою та іншими. В першому розділі ми також описували його з позиції структуралістського конструктивізму П.

Бурдьє. Але саме завдяки Р. Патнему цей концепт набув найбільшого поширення. Для виміру соціального капіталу американський дослідник запропонував низку індикаторів, серед яких інтенсивність і сила контактів, членство в суспільних об'єднаннях, електоральна активність, наявність близьких неформальних зв'язків, дотримання норм взаємності, відчуття безпеки, довіра до сусідів і соціальних інститутів (Четверікова, 2012, с. 65). Причому, довіра є дуже важливим компонентом, який, виражаючись словами уже Ф. Фукуями, є «мастилом», що допомагає людям об'єднуватися набагато ефективніше. На відміну від Р. Патнема, який розвиток соціального капіталу, а відтак і громадянського суспільства, розглядав як результат історико-культурного процесу, Ф. Фукуяма описує умови, при яких накопичення соціального капіталу відбувається й спонтанно. Зокрема це може трапитися «у відносно невеликих, стабільних групах, де кількість членів обчислюється сотнями чи, у деяких випадках, тисячами осіб» або «у групах з більшою кількістю населення, у суспільствах, де вже існує уряд, верховенство права» (Фукуяма, б. д.).

В малих громадах, де всі один одного знають, має бути присутня партикулярна довіра, а у великих суспільствах верховенство права інституціалізується при наявності довіри до судових структур, яка можлива через ефективну діяльність відповідних органів. В попередньому розділі ми уже зазначали, що в українському суспільстві є великі проблеми з довірою до соціальних інституцій, а найбільше це стосується саме судової сфери, а також існує проблема відчуження людей від соціально-політичного життя в країні. Українська політологиня Л. Четверікова стверджує, що такі тенденції не просто забезпечують відсутність необхідного для розвитку громадянського суспільства рівня соціального капіталу, але й призводять до формування так званого негативного соціального капіталу, накопичення якого в українському суспільстві відбувається через поширеність зв'язків вертикального типу, побудованих на корупції, наслідком чого є поляризованість суспільства, дезінтеграція населення та аномія (Четверікова, 2012, с. 66).

Для дослідження шляхів розвитку громадянського суспільства також важливо розглянути, як саме і для чого люди об’єднуються в громади. В межах своєї теорії комунікативної дії Ю. Габермас розглядає громадянське суспільство як сукупність комунікацій, змістом яких є спільні інтереси громадян. Тобто в громадянському суспільстві відбувається розпізнавання, винесення на поверхню та обговорення в публічній сфері латентних проблем соціуму. Ю. Габермас у своїй концепції розмежовує питання публічності та відкритості від приватної сфери. Публічна сфера, в розумінні німецького соціолога, є похідною від приватної, котра, своєю чергою, розглядається ним як життєвий світ. Вищим виявом умов комунікативності, при яких може відбуватися формування громадської думки та волі громадян, є політична відкритість. Політична відкритість виростає з літературної площини тоді, коли так звана «читацька публіка» виходить на діалог з владою. Ю. Габермас звертає увагу на проблему, коли у зв’язку з перенесенням у політичну площину трансформованих політичною відкритістю приватних інтересів, відбувається звуження публічної сфери, через що остання не може сформувати адекватну, уніфіковану громадську думку й транслювати її владі. За таких умов через посередництво засобів масової інформації відбувається встановлення маніпулятивного консенсусу, що призводить до «рефеодалізації» публічної сфери. За словами Ю. Габермаса, повернути основні функції публічної сфери – контроль та критику влади, можна через виконання інституціями громадянського суспільства принципу «відкритості через відкритість» (Габермас, 2000).

Як зазначає українська дослідниця Д. Стандратюк, підхід Ю. Габермаса є цінним не лише для розуміння процесів, які відбуваються в межах громадянського суспільства в принципі, а й актуальним для оцінки стану публічної сфери в сучасному українському соціумі. Науковиця стверджує, що нашому суспільству сьогодні притаманні описані Ю. Габермасом проблеми публічної сфери, зокрема відсутність повністю незалежних українських ЗМІ, їхнє підпорядкування приватним інтересам владної еліти, поляризованість

політичних сил, а також існування «бульбашкових» спільнот, які ведуть діалог лише з тими, хто має такі ж політичні погляди. З іншого боку, Д. Стандратюк говорить і про деякі позитивні зміни, які полягають, наприклад, у підзвітності інституцій громадянського суспільства та органів державної влади. Це забезпечує громадянам відкритий доступ до інформації, на основі якої стає можливим формування громадської думки (Стандратюк, 2022, с. 245).

Звідси, існування громадських ініціатив типу «Рух Чесно» чи «Опора», а також розвиток електронного урядування в межах якого застосовуються соціально-політичні інтернет-технології е-звітності та е-декларування, які сприяють розширенню публічної сфери, політичної та громадської відкритості, у зв'язку з чим громадяни, навіть не залучені до конкретної громадянської інституції чи політичного об'єднання, можуть контролювати дії суб'єктів змін та транслювати свою позицію щодо суспільно важливих питань. Такі процеси, за словами української дослідниці О. Щурко, «істотно змінюють наші уявлення про природу громадянського суспільства, його механізми та атрибути «ідеального громадянина» сучасної демократичної держави» (Щурко, 2007, с. 84).

Варто зауважити, що воєнний стан, впроваджений в країні після повномасштабного вторгнення росії, трохи пригальмував позитивні тенденції у сфері публічності, оскільки за таких умов є не обов'язковим подання декларацій будь-якого виду, а деяка звітність взагалі є засекреченою.

Критикуючи Ю. Габермаса за його ототожнення соціальної системи з життєсвітом, американський соціолог Дж. Александер пропонує свою теорію громадянського суспільства, яка базується на принципі мультикультуралізму. Взагалі поняття «громадянське суспільство» дослідник вважає особливим об'єктом для дослідження в соціології і його суть він розкриває за допомогою іншого поняття – «цивільна сфера». Дж. Александер запропонував концепт бінарних культурних кодів громадянського суспільства – цивільний код проти нецивільного коду. Бінарність кодів означає постійне їхнє протистояння, коли зміст одного з них неможливо зрозуміти без порівняння зі змістом іншого.

Аналіз культурних кодів у Александера починається з індивіда як дієвого актора і його мотивів, далі – рівень взаємовідносин, а потім – рівень інституцій. Звідси випливає, що у суспільстві, де більшість громадян дотримуються мотивів цивільного культурного коду, взаємовідносини та інституції наповнюються змістом «цивільності» та діють відповідно. Тому громадянське суспільство у його розумінні є формою соціальної та культурної організації, сферою солідарності індивідів та їх асоціацій, що підтримується завдяки громадській думці, культурним кодам, засобам масової інформації, організаціям та асоціаціям, а також специфічній практиці громадянськості, критиці та взаємоповазі (Alexander, 2006, p. 54-59).

За Дж. Александером принцип мультикультуралізму у сфері громадянського суспільства означає розпізнавання відмінностей, а також він пов’язаний з реконструкцією, захистом диференційованих культурних дискурсів. Звідси випливає, що громадянське суспільство не є стільки підсистемою, яка протистоїть іншим підсистемам, а є скоріше культурним полем, де розкриваються та актуалізуються питання соціальної несправедливості, які можуть виникнути в зовсім різних негромадських сферах. Завдяки комунікативним та регулятивним інституціям громадянського суспільства проблеми економіки, релігії, сім’ї тощо можуть бути перенесені в публічну сферу, де відбувається процес взаємодії антагоністичних культурних кодів, дискурсів та практик. Як результат, комунікативна влада, яка сформувалася в межах громадянського суспільства, може здійснювати тиск на державу та допомагати регулювати назрілу проблему в тій чи іншій сфері (Булатевич, 2013, с. 68).

Отже, соціокультурний вимір громадянського суспільства полягає у солідаризації спільноти на основі однакових мотивів, цінностей та переконань, в процесі формування яких головну роль відіграють дискурс громадянського суспільства, який опирається на цивільний культурний код опозиційний нецивільному.

Тема розвитку громадянського суспільства в дискурсі української соціогуманітарної науки розкривається у величезній кількості різних наукових публікацій. До плеяди сучасних українських вчених-соціологів, які займаються вивченням зародження та стану громадянського суспільства в Україні, можна віднести насамперед В. Степаненка (2015), О. Резніка (2011, 2019) та Є. Головаху (2016, 2017). Також є низка соціологів, які досліджують питання, пов'язані з темою громадянського суспільства, зокрема, це О. Вишняк (2018a, 2018b), який займається переважно аналізом питання політичної поведінки, членства в політичних партіях та партійної ідентифікації громадян; О. Злобіна та Л. Бевзенко (2021), які свою увагу приділяють питанню волонтерства українських громадян; О. Стегній (2019), який розглядає актуальність налагодження ефективного громадського контролю за всіма гілками влади в сучасному українському суспільстві; М. Наумова (2015, 2018), яка вивчає типи громадянської культури, динаміку ціннісних пріоритетів громадян; Н. Бойко (2019, 2021), яка займається дослідженням громадянської активності онлайн та інші. В межах соціологічної науки окремо варто назвати працю, написану низкою сучасних українських соціологів «Соціологічні виміри громадянського суспільства в Україні» (Резнік, 2019), де окреслені не лише теоретичні, але й практичні виміри громадянського суспільства в Україні, які ми розглянемо у наступному розділі. Особливої уваги заслуговує монографія відомого вітчизняного соціолога В. Степаненка «Громадянське суспільство: дискурси і практика» (2015), основні ідеї якої також висвітлені у вищезгаданій науковій роботі. Саме підхід В. Степаненка ми беремо за основу для розуміння шляхів розвитку громадянського суспільства в Україні, оскільки описана ним соціологічна концепція базується на глибинному аналізі підходів багатьох іноземних та вітчизняних теоретиків, а також на порівнянні розвитку громадянського суспільства в інших країнах з тим, що відбувалося в українському суспільстві. Розглянемо основні висновки, які робить В. Степаненко для позначення шляхів розвитку громадянського суспільства.

Український соціолог зосередив свою увагу на специфіці перекладу англійського терміну «civil society». Так, в українській науковій мові це поняття перекладається як «громадянське суспільство». В. Степаненко стверджує, що такий варіант перекладу вносить певні проблеми в науковий дискурс, оскільки є вчені, котрі дуже вузько розуміють цей термін, позначаючи ним, в основному, лише активізацію громадян, їхнє залучення до суспільно-політичного життя країни. Соціолог наголошує, що англійський термін «civil society» не обмежується лише таким поясненням і більш адекватним перекладом для нього в українській мові можна вважати поняття цивільного суспільства. Основними характерними рисами цивільного суспільства В. Степаненко подає (Степаненко, 2015, с. 23-25):

- відхід від соціальних деформацій у такому суспільстві (тобто відсутність насильства, жорстокості, грубості тощо);
- важливість толерантності;
- відсутність різного роду дискримінацій;
- наявність цивілізованості, як суспільної норми, що історично розвивалась;
- турбота членів суспільства один про одного;
- соціабельність;
- довіра.

Можна побачити, що тут мова йде про наявність в членів такого суспільства комплексу диспозицій, за допомогою яких кожен діє самостійно, чітко усвідомлюючи свої дії, «соціально живе». Важливості наявності комплексу певних диспозицій у людини великої уваги приділяв уже згаданий нами раніше П. Бурдьє. Науковець використовував для цього термін «габітус», запевняючи, що початок трансформування суспільства може спричинити саме перебудова габітусу агентів.

В. Степаненко, в дусі Дж. Александера, вважає, що такі ознаки цивільного суспільства повинні відповідати й терміну громадянського, бути його ціннісною складовою, певною культурною нормою. Проте, український

соціолог також стверджує, що існування громадянського суспільства забезпечується не лише завдяки нормам, цінностям та ідеології. Важливими є також і поведінкові аспекти, взаємодія громадян один з одним, те, над чим велику увагу зосереджував Р. Патнем.

У зв'язку з цим В. Степаненко визначає такі основні компоненти громадянського суспільства як комплексного соціокультурного і соціально-політичного феномена (Степаненко, 2015, с. 46):

- наявність соціальних інституцій (існування у суспільстві незалежних засобів масової інформації, чесна судова система, правозахисні інституції тощо);
- сформована громадянська культура (наявність у членів суспільства сформованих норм, цінностей, всього того, що було перелічено вище в контексті цивільності);
- здійснення громадянами соціальних практик (залученість громадян до суспільно-політичного життя в країні, об'єднання їх в добровільні громадські об'єднання тощо). Власне, до останнього елементу ми можемо долучити здійснення соціально-політичної інтернет-поведінки як сучасного виду діяльності особистості.

Важливо підкреслити, що український соціолог не ототожнює існування громадянського суспільства із розвитком, наприклад, політичної сфери в країні. Так само як і Дж. Александер, В. Степаненко трактує поняття громадянського суспільства не як однобокий процес, а як якісний стан усіх галузей життєдіяльності країни. З цієї причини формування громадянського суспільства, за В. Степаненком, варто забезпечувати комплексно розвиваючи такі сфери (Степаненко, 2015, с. 38):

- економічна (відсутність «тіньової економіки», конкурентоспроможність країни, високий ВВП тощо);
- соціально-структурний елемент (наявність достатньо чисельного середнього класу, який матиме соціальний вплив);
- державна політика (верховенство права);

- громадянська політика (існування громадських об’єднань, незалежна самодостатня публічна сфера критики влади, контроль громадян за діями влади).

В. Степаненко визначає здійснення певної добровільної, усвідомленої діяльності громадян, а також їхні об’єднання в певні організаційні структури (недержавні об’єднання, благодійні фонди, різноспрямовані рухи тощо) як структурно-просторовий соціальний вимір громадянського суспільства (Степаненко, 2015, с. 41). Тому соціально-політичні практики, зокрема й ті, які здійснюються онлайн, можна розглядати як один із важливих індикаторів рівня розвитку громадянського суспільства, але не єдиний. Власне, Р. Патнема критикували за його достатньо конкретизовані дослідження окремих показників громадянського суспільства та теоретизування на цій основі щодо загального його розвитку. Ми ж у своєму дисертаційному дослідженні дотримуємося думки, що соціально-політична поведінка (та її онлайн-форма) громадян, проявлена в спільноті чи окремо від неї, але обов’язково в публічній сфері, є первинним рівнем, без якого не можуть функціонувати інші елементи громадянського суспільства. Водночас це рівень, який залежить від сформованого в соціумі дискурсу громадянського суспільства і від розвинутості його інституцій.

Всестороннє дослідження поведінкових практик громадян, зокрема й соціально-політичної інтернет-поведінки молоді, розгляд чинників, які впливають на прояви громадянами такої поведінки, є важливими не лише для того, аби з’ясувати рівень розвитку громадянського суспільства, але й для сприяння до його змін та покращень.

3.2. Соціально-політична інтернет-поведінка молоді як елемент процесу розвитку громадянського суспільства в Україні

Соціально-політичні практики українських громадян в інтернеті як додаткові чи альтернативні прояви традиційної громадянської поведінки або як одні з основних способів поведінки в умовах пандемії та війни можуть

відігравати суттєву роль у розвитку громадянського суспільства. Однак, науковці доволі критично сьогодні оцінюють потенціал такої поведінки. З одного боку, наголошується на ефективності застосування сучасних інформаційних технологій у соціально-політичному житті. Застосування формалізованих інструментів електронної демократії, миттєвого поширення інформації у публічному просторі дозволяють пересічному громадянину брати участь в державотворчих процесах, бути активним у здійсненні інтернет-поведінки. З іншого боку, застосування інтернет-технологій для таких цілей створює ситуацію, в якій така інтернет-поведінка громадян не просто не вносить позитивних результатів, але й шкодить традиційним формам громадянської активності або й суспільству загалом (Мишок & Климанська, 2021, с. 264).

Для того, аби з'ясувати якою є роль (позитивною, негативною, нейтральною) соціально-політичної інтернет-поведінки української молоді у формуванні громадянського суспільства, варто проаналізувати основні класифікації цієї поведінки, які існують в сучасному соціогуманітарному дискурсі, зокрема й соціологічному.

Слідом за українським політологом В. Северинюком, який по-різному трактував пов'язані між собою терміни-параметри політичної поведінки – рівень, тип, форма та вид, ми також розділимо ці категорії в межах соціально-політичної інтернет-поведінки аби не вдаватися до надмірних абстракцій, взаємозаперечення чи термінологічної плутанини (Северинюк, 2010, с. 12). Вважаємо, що подана політологічна інтерпретація цих параметрів В. Северинюком певною мірою не відповідає соціологічному підходові до аналізу соціально-політичної інтернет-поведінки, тому наше трактування, зважаючи на наявні класифікації інтернет-поведінки соціально-політичного спрямування, буде, з одного боку, трохи відходити від оригіналу, а з другого, – доповнювати запропоновану українським політологом концепцію.

При визначенні параметра «рівні політичної поведінки» В. Северинюк вказує на функціональні рівні політичної суб'єктності (політична участь чи

політичне відчуження). При розгляді наявних у науковій літературі класифікацій інтернет-поведінки соціально-політичного спрямування рівнем вважатиметься стан залученості користувачів в інтернет-середовище (високий, середній чи низький рівень залученості користувачів). Ще одним рівнем суб'єктності можна вважати позицію користувача щодо контенту в глобальній мережі. Львівська соціологиня Я. Хміль на такому рівні суб'єктності виокремлює споживачів контенту, тобто акторів, які лише використовують створене іншими користувачами, так звані «юзери»; творців інтернет-контенту – генераторів контенту (поведінка є дуже різноманітною і структурується на основі формату інформації (текст, мультимедіа), яку вони створюють) (Хміль, 2015, с. 101).

Категорію «Вид політичної поведінки» В. Северинюк розуміє як кількісні та структурні показники поведінки, її масштабність (індивідуальна, колективна, масова). В контексті соціологічної адаптації цього параметру варто згадати підхід польського соціолога П. Штомпки, який, при визначенні агентів соціальних змін, розділяв окремо індивідуальних діячів (людей) та колективи (групи, асоціації, політичні партії, соціальні рухи тощо). Індивідуальних діячів він поділяв на пересічних людей, зайнятих повсякденною діяльністю; людей, які завдяки особливим якостям (знанням, вмінням, таланту, харизмі) діють для задоволення інтересів інших або ж маніпулюють іншими (лідери, пророки, ідеологи, диктатори тощо); людей, які займають владні позиції, від яких вимагаються певні дії (хоча й не завжди такі люди володітимуть особливими якостями (правителі, законодавці, поліція, адміністратори тощо)). Далі, за Штомпкою, є колективні дії, які хоч і є погано скоординовані, але об'єднані спільною метою і які можуть мати уже прямі й важливі соціальні наслідки. Наступними є колективні дії, які є цілеспрямованими й скоординованими (мітинги, кампанії тощо). Окремо П. Штомпка розглядає підприємницьку діяльність, яка, на його думку, є спрямованою на залучення та мобілізацію у річище певних проблем та ідей інших людей. Останні – політичні дії, які є спрямовані на отримання чи на

зміцнення влади (Sztompka, 1994, p. 259-271). Видами соціально-політичної інтернет-поведінки в такому разі можна вважати індивідуальну поведінку окремої людини, яка діє в онлайн-середовищі задля досягнення певної мети; колективну поведінку людей в інтернеті, які організовуються у віртуальних спільнотах чи на форумах задля досягнення спільних інтересів (наприклад, для регулювання спільної соціальної проблеми); масову інтернет-поведінку, яка має загальносуспільний характер (наприклад, загальнонаціональні онлайн-опитування чи флешмоби).

Звернемо увагу також на важливий критерій поділу онлайн-практик – мету поведінки. Певним чином значення цього критерію В. Северинюк вкладає в параметр «форми політичної поведінки», який для нього означає конкретні способи реагування суб'єктів на політичний процес. Це пояснюється тим, що використання різних форм політичної поведінки (мітингів, демонстрацій, страйків, переговорів тощо) зумовлено метою, яку хоче досягнути окремий політичний актор. Зауважимо, що для позначення форм та способів соціально-політичної інтернет-поведінки ми використовуємо інше поняття – соціально-політична інтернет-технологія, визначення та класифікацію якого ми здійснювали раніше в межах другого розділу. Якщо ж робити акцент саме на меті використання тих чи інших форм/технологій в інтернеті, то варто згадати підхід соціологині Н. Бойко, яка виокремлює їх в межах сфери застосування (пізнавально-професійна, пізнавально-рекреаційна, соціально-громадська, розважально-ігрова, лінійно-комунікаційна та споживацька) (Бойко, 2018). Згадана вище Я. Хміль, досліджуючи повсякденні інтернет-практики студентської молоді, за метою перебування визначає онлайн-практики для навчання, для спілкування, для розваг, для отримання інформації ненавчального характеру (інша діяльність, яка не стосується навчання) (Хміль, 2015, с. 101). Таке розділення не означає, що в одній сфері життєдіяльності соціально-політичні інтернет-технології користувачами використовуються, а в іншій ні. Зважаючи на підхід Дж. Александера, при якому соціальна несправедливість в негромадській сфері

розкривається та актуалізується саме через громадянське суспільство, будь-яку сферу людської життєдіяльності не можна вважати відірваною від громадянського дискурсу або не пов'язаною з ним. Розуміння такого взаємопроникнення робить суспільство сильнішим, більш згуртованим, комунікативним, що не дозволяє людині залишитися зі своєю проблемою на самоті. Використання соціально-політичних інтернет-технологій при цьому лише спрощує винесення актуальної проблеми з певної галузі в публічну сферу громадянського суспільства. Досвід життя в умовах війни особливо виразно підтверджує взаємозалежність усіх сфер життєдіяльності та важливість існування громадянського суспільства як культурного поля для них. Сьогодні засвідчення свого аполітичного статусу окремою людиною, групою чи організацією в будь-якій галузі видається абсурдним та сприймається як замовчування невигідної для того суб'єкта громадянської позиції.

Звідси прослідковується ще один важливий аспект мети використання соціально-політичних інтернет-технологій, що зумовлює певний спосіб поведінки користувача – мотивація людини. Мотивація є внутрішнім станом, який допомагає людині працювати над досягненням цілей, та відображає потреби, інтереси, цінності, очікування, переконання – елементи ідентичності людини. В цьому ракурсі постає питання того, наскільки спосіб поведінки, обраний людиною для задоволення її особистих інтересів, відповідає укладеним в суспільстві законам, нормам та правилами. Українська психологиня А. Лучинкіна, звертаючи увагу саме на віртуальну ідентичність людини, за типом інтернет-особистості, яка чітко розуміє свої ролі, положення, мотиви в інтернет-середовищі, визначає просоціальні (схвалені суспільством), асоціальні (порушують соціальні норми) та антисоціальні (шкодять соціальному устрою) інтернет-практики (Лучинкіна, 2012, с. 227).

Я. Хміль своєю чергою визначає конструктивні інтернет-практики, які користувачі проявляють на благо суспільства та отримують його схвалення, а також деструктивні, які заважають ефективному функціонуванню соціальних

інституцій та можуть мати руйнівні наслідки для структури суспільства загалом (Хміль, 2015, с. 101). В цьому аспекті є чітко виражений соціальний підтекст інтернет-практик, а тому найкраще продемонструвати такий поділ саме на прикладі форм соціально-політичної інтернет-поведінки. Так, в межах використання соціально-політичної інтернет-технології хакерства поведінка користувача може бути просоціальною, асоціальною, і антисоціальною. До просоціального хакерства відносимо так званих етичних або «білих» хакерів, оскільки основним мотивом їхньої діяльності є праця на благо суспільства. Наприклад, в Україні на етапі тестування уже добре відомого сьогодні застосунку «Дія» Міністерство цифрової трансформації запустило програму, в рамках якої хакери зі всього світу цілком легально могли «зламати» цей е-інструмент, ще й отримати грошову винагороду в разі успіху. До асоціального хакерства можна назвати діяльність хакерів на замовлення певних політичних суб'єктів, задля отримання персональних даних користувачів з подальшим впливом на цих користувачів з політичними цілями. Останнє – кібертероризм – антисоціальне хакерство з деструктивною метою, тобто злам інформаційних систем важливих для функціонування державних структур (Мишок, 2022a, с. 56; Мишок, 2022b, с. 114).

Варто згадати й про такі інтернет-практики, які розкривають особистісний рівень впливу інтернету на людину. Це конструктивні інтернет-практики, які приносять користь юзеру, задовольняючи основні його потреби (інформаційні, розважальні, споживацькі), та деструктивні інтернет-практики, які можуть певним чином нашкодити користувачу (інтернет-залежність) (Хміль, 2015, с. 101). Соціально-політична інтернет-поведінка в цьому плані підходить під цю класифікацію, адже в деяких ситуаціях користувач через свою необережність, необізнаність чи недосвідченість в такій поведінці може, наприклад, натрапити на комп'ютерний вірус, який знищить важливі дані або може втратити кошти бажаючи зробити благодійний внесок прихованій шахрайській організації (Мишок, 2022d, с. 155).

Серед запропонованих Я. Хміль універсальних класифікацій інтернет-практик новим і нестандартним для українського соціологічного дискурсу є використання критерію місця реалізації. Так українська соціологиня виокремлює інтернет-практики онлайн (практики безпосередньо проявлені у віртуальному середовищі) та інтернет-практики офлайн (практики, які актор реалізовує не в інтернеті, але вони певним чином його стосуються) (Хміль, 2021, с. 110). Якщо з першим типом, зрештою, усе зрозуміло, то з другим варіантом ситуація не зовсім однозначна. Однак на прикладі соціально-політичної інтернет-поведінки все доволі просто пояснити. Уявімо ситуацію, коли відбувається організація певного флешмобу чи мітингу. Коли така подія відбувається в інтернеті, з використанням символу «#», то однозначно тут мова йде про віртуальні інтернет-практики, але коли цей флешмоб виходить за віртуальні рамки й відбувається в реальному житті, то це інтернет-практики офлайн позаяк така подія організована з допомогою інтернету.

До інтернет-практик офлайн, на нашу думку, можна зарахувати й ще один аспект соціальної поведінки. І. Литовченко, науковець у сфері інтернет-маркетингу, в рамках аналізу інтернет-аудиторії визначає, що на людей, які не мають досвіду в Мережі, інтернет може все одно впливати через безпосередні зв’язки з регулярними користувачами. Тут дослідник виокремлює ближнє оточення (користувачі без досвіду взаємодіють не менш ніж з 3 регулярними користувачами) та далеке оточення (користувачі без досвіду взаємодіють принаймні з одним регулярним користувачем) (Литовченко, 2008). Варто врахувати також, що може виникнути питання щодо того, чи взагалі відбуватиметься взаємодія людей, якщо, для прикладу, одна сторона повністю відмовляється від інтернету (через релігійні переконання, приналежність до контркультури чи субкультури), а іншій стороні інтернет-присутність партнера буде принципово важливою. Через таку роль інтернету в процесі спілкування, на нашу думку, взаємодія некористувачів з користувачами інтернету варто віднести саме до інтернет-практик офлайн (Мишок, 2022d, с. 155).

Повертаючись до інтерпретації В. Северинюком параметрів політичної поведінки, то «тип політичної поведінки» він трактував як головну якісну ознаку політичного явища чи процесу, яка містить сукупність аналітичних оцінок та висновків стосовно дій чи недіянь політичних суб'єктів (Северинюк, 2010, с. 12). Зважаючи на це, під час типологізації соціально-політичної інтернет-поведінки необхідно враховувати рівень, вид і форму онлайн-практик, що робить параметр «тип» збірною для них категорією.

Отже, типологізація поведінки, зокрема її онлайн-проявів, означає багатовимірність цього процесу. В українській соціологічній літературі та загалом в науковому дискурсі стандартною є практика поділу поведінки в інтернеті за певними критеріями, в межах яких використовується лише один параметр для класифікації. Подвійний вимір онлайн-практик прослідковується більше в англомовній науковій літературі. Наприклад, в роботі норвезьких дослідників засобів масової комунікації П. Брандцега та Я. Хейма здійснюється типологія користувачів окремих груп соціальних мереж зважаючи на їхній рівень залученості (високий/низький) та ціль перебування в мережі (з одного боку використання інтернету для інформаційних цілей, з іншого – для рекреаційних). Зважаючи на це, дослідники визначили п'ять типів інтернет-користувачів: спорадичні (sporadics), луркери (lurkers), соціалізатори (socialisers), дебатери (debaters), активи (actives) (Brandtzaeg & Heim, 2011, p. 39-42).

Якщо розглядати типологізації інтернет-практик, які мають місце в громадянському суспільстві, то найпопулярнішим критерієм для деталізації такої поведінки є поділ інтернет-користувачів за їхньою активністю, що пояснює дії чи бездіяльність в інтернеті. Популярність такої типології зумовлена складністю багатовимірного дослідження. Вивчення додаткових параметрів, наприклад, мотивації чи мети вибору тієї чи іншої форми поведінки в поєднанні з рівнем залученості, є складнішим завданням, адже ці соціально-психологічні категорії приховані від зовнішнього спостереження.

Своєю чергою, дія чи бездіяльність в інтернеті визначаються як об'єктивні показники активності, які можливо виміряти емпірично.

В річищі такого підходу, згадана раніше соціологиня Н. Бойко, здійснюючи багаторічні моніторинги перебування українських громадян в інтернеті, в одній зі свої наукових публікацій (Бойко, 2018, с. 61) виокремлює активістів, які залучаються до соціально-політичних процесів в країні шляхом проявів таких онлайн-практик: отримання соціально-політичної інформації, формальна та неформальна онлайн-взаємодія з державними органами, недержавними та міжнародними організаціями (е-послуги, е-запити тощо), неформальне спілкування в мережі з питань громадянсько-політичної проблематики; пошук однодумців, ініціювання та підтримка соціально-громадянських заходів, ініційованих онлайн; суспільний контроль за діяльністю державних установ, чиновників та посадовців (е-звіти, е-бюджет тощо). До нонактивістів дослідниця віднесла тих, хто не реалізовує жодної з перелічених форм поведінки, тобто тих користувачів, які є пасивними в соціально-політичному плані. У цій типології прослідковується поділ активності на формалізовану (та, яка фіксується в державних інструментах) та неформалізовану (інша діяльність в інтернеті, яка має вплив на соціополітичні процеси) поведінку. Пізніше ці дві форми онлайн-активності дослідниця почне окремо описувати в інших своїх наукових роботах, зокрема у дисертації, датованій 2021 роком (Бойко, 2021, с. 4). На нашу думку, в цій ситуації дослідниця здійснює уже двовимірний аналіз, оскільки формалізованість чи неформалізованість онлайн-поведінки вказує на використання користувачами різних соціально-політичних інтернет-технологій, а, отже, і прояви ними різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки, що є додатковим параметром для класифікації.

Важливо зауважити, що українська соціологиня в рамках визначення концепту електронної демократизації суспільства та створення моделі електронної демократизації українського соціуму визначає соціально-громадянську поведінкову активність в інтернеті одним із ресурсів в

сучасному демократизаційному процесі. Демократизація, як нам уже відомо з попереднього підрозділу, тісно переплітається з громадянським суспільством, і це є ще одним аргументом виправданості та необхідності дослідження різних форм та типологій соціально-політичної інтернет-поведінки. Тому ми вважаємо за потрібне детальніше схарактеризувати активні та пасивні прояви соціально-політичної інтернет-поведінки, а також хотіли б звернути увагу на ще одне поняття – слактивізм.

В поняття активної соціально-політичної інтернет-поведінки вкладаємо зміст поширених в українській науковій літературі термінів «онлайн-активізм», «цифровий активізм», «віртуальна активність» «громадянська активність онлайн» і розглядаємо його як важливий інструмент впливу на громадянське суспільство. Цей вплив може мати різну спрямованість, оскільки, враховуючи мотивацію суб'єктів, може сприяти розвитку цього суспільства, а може заважати цьому процесу або й шкодити (конструктивні та деструктивна онлайн-поведінка). Важливою відмінністю активної поведінки в інтернеті є те, що результати такої діяльності прослідковуються і в реальному житті. Наслідком такої інтернет-поведінки може бути здійснення користувачем реальної поведінки, що чинить визначені впливи на суспільство – мобілізація, організація громадськості (згадані раніше інтернет-практики офлайн). Для прояву активної онлайн-поведінки існують інтернет-технології (інструменти електронної демократії, краудсорсингові, краудфандингові платформи, технології соціальних мереж тощо), за допомогою яких громадянин має змогу здійснювати контроль за діями влади, брати участь в голосуванні, підписувати петиції чи вирішувати іншого роду соціально-політичні питання (Мишок, 2019, с. 106; Мишок, 2019, с. 52).

Протилежним типом до активної соціально-політичної інтернет-поведінки є онлайн-пасивність. Аналіз специфіки пасивної інтернет-поведінки та її ролі у процесі формування громадянського суспільства в українській соціогуманітарній науці практично не спостерігається. Пасивність більше розглядається в ракурсі традиційних проявів поведінки у фізичному просторі.

Зважаючи на такий підхід, можна зробити висновок, що пасивність полягає у відсутності включеності громадян в соціально-політичні процеси (абсентеїзм, низький рівень залученості в громадських організаціях тощо). Така поведінка може мати негативні наслідки для суспільства та призвести до зниження рівня демократії й до прийняття несприятливих рішень для більшості населення. Причини для пасивності можуть бути різними й залежать від чинників особистісного рівня (роль психологічних, ментальних особливостей індивідів), державного (політичний режим) чи від суспільства загалом (рівень громадянської культури, довіра до інституцій). Онлайн-поведінка як альтернатива реальної поведінки теж може залежати від усіх цих причин, які, відповідно, призводитимуть до пасивності в інтернеті. В такому ракурсі пасивність інтернет-поведінки розглядатиметься як бар'єр для розвитку громадянського суспільства, оскільки громадська неучасть та відчуження людей від політики в онлайн-середовищі йому не притаманні.

Пасивність соціально-політичної інтернет-поведінки не завжди матиме негативні конотації. Якщо звернути увагу на прояви інтернет-поведінки, мотивовані задоволенням приватних інтересів суб'єктів соціально-політичного процесу, то одразу спадає на думку низка проблем, пов'язаних з використанням маніпулятивних технологій, інтернет-піратством, інтернет-злочинами чи інформаційним шахрайством. Пасивність у використанні таких соціально-політичних інтернет-технологій характеризуватиметься скоріше позитивними та конструктивними наслідками для суспільства. Такі висновки підтверджують багатовимірність та мультиспрямованість соціально-політичної інтернет-поведінки, що зумовлює необхідність детального аналізу таких практик задля можливості їх регулювання.

Ще один аспект пасивної соціально-політичної інтернет-поведінки – пасивність у соціально-політичній сфері, що не означає відсутності поведінки в інтернеті взагалі. Звичайно, відсутність людини у віртуальному середовищі є радикальною формою онлайн-пасивності, але все ж користувач може використовувати інтернет-технології задля здійснення іншого роду практик –

споживацька поведінка, розваги, дозвілля тощо (Мишок, 2019, с. 107). Але і такі форми негромадської поведінки онлайн можуть стосуватися соціально-політичних питань. Так, наприклад, сьогодні на українському ринку маркетплейсів (торговельних майданчиків для взаємодії продавців та споживачів в інтернеті) поширеним явищем є онлайн-продаж товарів чи послуг з маркуванням, яке вказує на те, що певний відсоток коштів з продажу продукції ідуть на потреби ЗСУ. В цьому випадку постає логічне запитання: яким чином трактувати інтернет-поведінку людини, яка придбала такий товар – як споживацтво чи як активну громадську позицію? Таке питання українські дослідники раніше не ставили. Ми, своєю чергою, вважаємо, що в межах соціологічної концепції громадянського суспільства вивчення широкого спектра онлайн-практик, завдяки яким молода людина може в негромадських сферах представити свою громадську позицію та певним чином долучитися до соціально-політичних процесів, є новим, важливим та актуальним напрямком дослідження в контексті демократизації українського суспільства. Детальніший аналіз цього аспекту соціально-політичної інтернет-поведінки ми зробимо у четвертому розділі дисертаційного дослідження, де на основі даних експертних інтерв'ю спробуємо заповнити прогалину в цій тематиці соціологічного пізнання.

Не зовсім зрозумілим та однозначним поняттям в ракурсі дослідження онлайн-поведінки, яка стосується соціально-політичних питань, є слактивізм. Попри те, що цей термін вживається в сучасному українському науковому дискурсі, зокрема в працях А. Янченка (2013), Ю. Кокарчі (2020, 2022), Т. Хлівнюк (2016), А. Матійчика (2016), М. Мордовець (2015), О. Гудзенко (2019), але він досі залишається концептуально невизначеним та емпірично невиміряним. Активніше та глибше вивчення слактивізму відбувається саме в закордонних дослідженнях, в яких теоретичні положення підкріплені емпіричними даними. Тому, щоб з'ясувати значення слактивізму та виявити його роль в українських соціально-політичних процесах разом з вітчизняними

напрацюваннями варто проаналізувати й іноземний досвід дослідження цього феномену.

«Слактивізм» – це термін утворений зі слів «slacker», що в перекладі з англійської мови означає «нероба, ледар», та «activism», що означає «активізм». Тобто це поняття дослівно перекладається як «ледачий активізм». Існує також думка, що слактивізм виник як термін-замінник «мікроактивізму». На думку Е. Гарріс, цей концепт можна вважати таким, що потрапляє у спектр ситуацій десь посередині між активістами (залученими діячами) та пасивними, відстороненими користувачами (Harris, 2010).

Аналіз наявної наукової літератури дозволяє зробити висновок про існування двох напрямів у трактуванні цього поняття: позитивного та негативного. Розглядаючи слактивізм в негативному контексті, багато науковців називають його безглуздими актами участі, імітацією чи пасивною формою політичної участі, інтелектуальною пасткою (Матійчик, 2016; Мордовець, 2015; Гудзенко, 2019; Butler, 2011).

Класичним в такому ключі визначенням слактивізму можна вважати трактування американського дослідника сучасних засобів масової комунікації Є. Морозова, який один із перших детально та аргументовано проаналізував це поняття. Усі інші інтерпретації можна вважати похідними від представленого трактування: слактивізм – це проста діяльність, яка не впливає на соціально-політичні результати в реальному житті, а лише сприяє посиленню почуття задоволення від поведінки та створює ілюзію причетності до соціально-політичних процесів (Morozov, 2009).

Низка закордонних науковців, прихильників позитивного підходу, стверджують, що роль слактивізму насамперед є важливою в плані здійснення багатьма користувачами простої поведінки – розповсюдження інформації, в процесі чого вони беруть участь у мобілізації консенсусу (Foster, Hennessey, Blankenship, & Stewart, 2019). У зв’язку з такими діями соціальна проблема актуалізується, поширюється різними шляхами й стає публічною, що, зрештою, може допомогти зібрати більшу кількість безпосередньо залучених

до регулювання цієї проблеми учасників, хоча й не обов'язково це будуть ті люди, які, власне, поширювали цю інформацію (Barberá et al., 2015). Позитивну функцію слактивізму дослідники також визначають у тому, що це є низьковитратний для користувача тип поведінки, який може мотивувати його дізнатися більше про проблему, а також зумовити подальшу діяльність та участь у регулюванні соціальної проблеми (Rotman et al., 2011; Jones, 2015). В цьому випадку, на думку представників позитивного підходу до визначення слактивізму, корисними є саме відчуття задоволеності, які користувачі отримують під час проявів простих дій, оскільки вони сприяють намірам брати участь у майбутніх колективних діях із застосуванням уже більших зусиль (Foster, Hennessey, Blankenship, & Stewart, 2019).

Отже, на противагу негативному підходу, прихильники визначення слактивізму в напрямку позитивної орієнтації розглядають його як необхідний вид колективної дії, новий цифровий інструмент, що надає та розширює можливості політичної участі і який виступає в ролі мотиваційного компонента політичної активності. Слактивізм в дихотомії активність-пасивність займає проміжну позицію між інтернет-поведінкою, яка має вагомий вплив на регулювання соціально-політичних питань, та поведінкою, що не має ніяких суспільно важливих результатів (Myshok & Klymanska, 2021, p. 47). Такий висновок можна зробити через те, що слактивізмом вважається поведінка, яка в непрямий спосіб через вплив різних чинників сприяє або не сприяє розв'язанню соціально-політичних проблем.

Порівняно з пасивністю, яка може виступати у вигляді бездіяльності у соціально-політичній сфері, слактивізм – це завжди діяльність користувачів, навіть якщо мінімальна та незначна (Мишок & Климанська, 2021, с. 269).

Практично всі науковці, що займаються вивченням слактивізму, згадують про складнощі його порівняння та розмежування з активізмом. Однак, якщо підсумувати описані в різних наукових публікаціях відмінності між цими концептами, отримуємо низку основних розбіжностей (Таблиця 1), які

дозволяють не лише зрозуміти межі понять, але й виявити умови, при яких слактивізм може трансформуватися в активізм.

Таблиця 1.

Відмінності між слактивізмом та активністю

Активізм	**Слактивізм**
Ресурсне забезпечення онлайн-поведінки	
Значні витрати, які вимагатимуть наявність економічного, культурного, символічного, інформаційного капіталів.	Незначні витрати не потребують значних ресурсів.
Наявність поставленої цілі та рівень її досягнення	
Чітко поставлена ціль, користувач повинен оцінювати майбутнє проблеми, змін, прогресу.	Немає чітко сформованої цілі, поведінка може бути бездумною.
Рівень громадянської культури	
Високий/вище середнього (у користувачів є сформовані ціннісні орієнтації, довіра).	Низький (відсутність сформованих ціннісних орієнтацій).
Рівень цифрової грамотності	
Високий/вище середнього (обізнаність у інструментах електронної демократі, можливостях, які надають сучасні інтернет-технології).	Низький (відсутність обізнаності у інструментах електронної демократі, мінімальні знання про можливості, які надають сучасні інтернет-технології).
Мотивація до онлайн-поведінки	
Наявна внутрішня (особистісна) та зовнішня (з боку держави, інших користувачів) мотивації.	Мотивація відсутня.
Солідаризація онлайн-поведінки	
Висока.	Мінімальна або немає.
Ідентичність користувача	
Колективна (відмова від власних інтересів на користь групових).	Індивідуальна (власні інтереси переважають).
Гратифікація онлайн-поведінки	

Досягнення колективного блага, особиста винагорода.	Ілюзія причетності до вирішення проблеми, задоволення від проявів поведінки.
Наявність інтернет-кампанії	
Продумана інтернет-кампанія.	Хаотичність, природна реакція суспільства на назрілу проблему.
Ступінь ризику онлайн-поведінки	
Поведінка, яка може привернути увагу, викликати протидію, опозицію.	Незначні дії та анонімність не несуть ніякого ризику для користувача.

Джерело: (Мишок & Климанська, 2021, с. 281).

Для більш наочного розуміння поняття «слактивізм» варто також розглянути окремі способи такого типу онлайн-поведінки. До цих способів дослідники (Cabrera, Matias, & Montoya, 2017) зараховують кліктивізм (користувач лише «клікає» на потрібну кнопку для того, щоб продемонструвати своє вподобання/невподобання чи позицію стосовно конкретної події чи явища), слактивізм для співчуття («лайки» і «репости» різних публікацій, які описують лиха в країні, в місті, в селищі тощо, а також встановлення скорботних «аватарів»), благодійний слактивізм (статуси чи репости публікацій в соціальних мережах на підтримку будь-якої справи), політичний слактивізм (підписка на сторінки органів державної влади, окремих політичних діячів, перегляд політичних відео, підписання електронних петицій).

На нашу думку, цей список не є вичерпним, оскільки в межах різних соціально-політичних інтернет-технологій користувач може діяти по-різному. Так, наприклад, інтернет-мем може залишитися просто веселою картинкою на сторінці окремого користувача або ж він може стати елементом глобальної інтернет-кампанії та отримати силу впливати на тривалі матеріальні зміни у світі (Vie, 2014).

У вітчизняному науковому дискурсі найчастіше розмежовують користувачів інтернету на дві групи: активні та пасивні. Перші мають вагомий

вплив на соціально-політичні питання, які можна регулювати в інтернеті, коли другі проявляють інтернет-поведінку без суспільно важливих результатів. Хоча ця дихотомія доречна для оцінки параметра рівня користування інтернетом, на практиці існує така поведінка, яка має суперечливу та невизначену природу (слактивізм). Ці форми поведінки часто не аналізуються вченими, тому наявні дослідження не передають повної картини соціально-політичних онлайн-практик громадян. Проблемою також є те, що в Україні дослідженням слактивізму займається небагато науковців, це поняття майже не вивчається в контексті української дійсності. Тому, щоб охопити неоднозначні онлайн-практики українських користувачів, пропонуємо активніше використовувати поняття слактивізму. Розгляд конкретних прикладів в ракурсі українського віртуального простору дозволить концептуально визначати саме поняття слактивізму та з'ясувати його роль у соціально-політичному житті суспільства (Мишок & Климанська, 2021, с. 282).

Як уже ми згадували раніше, соціально-політична інтернет-поведінка не є одновекторним явищем, тож це вкотре підкреслює актуальність потреби проведення глибшого аналізу поняття «слактивізм», який необхідно здійснити в порівнянні з соціально-політичною активністю та пасивністю. Детальніше це питання ми розглянемо в межах четвертого розділу.

3.3. Роль громадянської освіти у здійсненні соціально-політичної інтернет-поведінки української молоді

В межах трактування соціально-політичної інтернет-поведінки ми неодноразово згадували ресурси необхідні для того, аби такого роду поведінка не лише існувала як теоретичне явище в суспільстві, але й перетворювала громадян на агентів змін та розвитку громадянського суспільства. Ми згадували про фінансові та технічні ресурси, якими має володіти людина – можливість оплатити інтернет та наявність пристрою для підключення до глобальної мережі. Не менш важливим є й наявність формалізованих

електронних інструментів, створенням та регулюванням яких займається окрема організаційна структура – Міністерство цифрової трансформації. Однак, без належного культурно-психологічного фону в громадян, безпосередніх користувачів цими інтернет-технологіями та онлайн-послугами, розвиток громадянського суспільства та демократизація є неможливими. Демократичний режим та громадянське суспільство є взаємодоповнюючими, взаємопов'язаними й взаємозалежними інституціями/структурами. Як зазначає А. Колодій, в країнах, де становлення громадянського суспільства відбувається успішно, а це можна стверджувати лише, коли зазначена сфера набуває інституційних та культурно-психологічних ознак, створюється міцний фундамент для стабільного функціонування демократичного режиму (Колодій, 2002).

Провідним соціальними механізмами становлення елементів громадянської культури суспільства є громадянська освіта та соціалізація, які забезпечують входження індивіда в політику, сприяють його підготовці й залученню у владні відносини, сприяють засвоєнню панівних цінностей, норм, культурних орієнтирів та зразків соціально-політичної поведінки, що дає людині можливість безболісно інтегруватися в той або інший тип політичного режиму.

За тридцятирічну історію становлення та розвитку незалежної України ця структура, як і багато інших інституцій, зазнала значних трансформацій, оновлень відповідно до вимог сучасного інформаційного суспільства.

Варто проаналізувати історичні передумови розвитку громадянської освіти в Україні, зокрема, який статус та якість вона мала в межах затверджених програм та нормативно-правових документів, що певною мірою визначає стан цього інституту сьогодні.

Після розпаду СРСР розвиток української громадянської освіти та виховання призупинився, оскільки на часі були зовсім інші важливіші та масштабніші проблеми, пов'язані, власне, з розбудовою держави та життєво важливих для неї структур. Зрозуміло, що з часом виникла потреба і в

модернізації української громадянської освіти, оскільки у радянські часи вона була зосереджена на формуванні у громадян лояльності до наявного політичного ладу та віри в комуністичну ідеологію. Знаковим у цьому контексті є затвердження у 2000 році Президією Академії педагогічних наук України «Концепції громадянського виховання особистості в умовах розвитку української державності», в якій було конкретизовано якості українського громадянина та, відштовхуючись від них, визначено сутність і пріоритети громадянського виховання. Напрямки громадянського виховання було закладено в основному завданні: формуванні в особистості моральних, соціальних, політичних та юридичних компетентностей, що пояснюють інтегровану якість «громадянськість» (Мишок & Климанська, 2020а, с. 75). У 2002 році громадянське виховання стає складовою національного виховання, що прописувалось в Національній доктрині розвитку освіти. Хоч і відбувалася перебудова суспільства та відхід від радянської системи, але, як зазначає український дослідник громадянської освіти Я. Пилинський, затвердження такої доктрини було скоріше здійснено для видимості діяльності влади, а на практиці функціонування громадянської освіти здійснювалось погано, оскільки конкретної освітньої політики держави в цій сфері не прослідковувалось (Пилинський, 2017, с. 5-6). Цілком логічний в цьому контексті висновок робить відомий дослідник демократії Ф. Фукуяма, який стверджує, що Україна від початку незалежності не отримала тієї необхідної для розвитку країни форми демократії, що є у західних країнах, через сконцентрування влади в країні в руках тих людей, цінності та інтереси яких головним чином зосереджувались на індивідуальній вигоді та процвітанні, а не на суспільному добробуті (Френсіс Фукуяма — про українські реформи й майбутнє демократії, 2018).

Іншою не менш важливою причиною таких негативних процесів є аномійний стан суспільства, який впродовж усієї історії сучасної України домінував та дуже повільно, непослідовно слабшав. Але, як свідчать результати дев’ятнадцятого загальнонаціонального опитування «Україна в

умовах війни», проведеного Соціологічною групою «Рейтинг», після початку широкомасштабної війни росії проти України на початку 2022 року аномійні настрої істотно зменшилися та перестали бути визначальними, хоча й залишаються доволі поширеним (Дев'ятнадцяте загальнонаціональне опитування. Аномія в українському суспільстві (20-21 листопада 2022), 2022). Стан аномії зумовлений навздогінною моделлю розвитку, коли суспільство перебуває в еволюційній фазі ціннісного зсуву, при якому відбувається стихійний злам колишніх ціннісних домінант та переважних орієнтації громадян та таке саме стихійне становлення нової системи суспільних цінностей за умов змінності владної еліти та політичного курсу країни. Це може становити загрозу процесам подальшої демократизації української держави, оскільки модернізаційні процеси, пов'язані з розбалансуванням, навіть руйнацією колишньої системи соцієтальних регуляторів та зворотних зв'язків, що на час трансформаційних перетворень неминуче породжує дестабілізацію політичної системи держави, виконавчий апарат якої не встигає сформувати нові механізми та способи забезпечення соціальної стабільності.

Тому, на відміну від західних країн, у яких відбувається постійний активний розвиток громадянської освіти, упродовж перших двох десятиліть існування незалежної України цей процес не набув значного поширення.

2013-2014 роки можна назвати переломними для України, оскільки в той час суспільство чітко визначилося, яким шляхом бажає розвивати країну – шляхом європейської інтеграції. Тому в останні десять років відбуваються певні позитивні зрушення, пов'язані з намаганням модернізувати інститут громадянської освіти відповідно до стандартів, прийнятих у країнах Європейського Союзу.

Одним із важливих кроків в цьому напрямку стало затвердження у 2018 році Урядом Концепції розвитку громадянської освіти в Україні, де визначаються ціннісні орієнтири, завдання та специфічні підходи до громадянської освіти в таких напрямах: «правова освіта громадян, зокрема в частині розуміння та вміння реалізовувати власні конституційні права та

обов’язки; посилення здатності брати участь у суспільному житті та використовувати можливості впливу на процеси прийняття рішень на всеукраїнському та місцевому рівні» (Розпорядження Кабінету Міністрів України, 2018). Громадянська освіта в цьому правовому документі визначається як «освіта на основі національних та загальнолюдських цінностей, спрямована на формування та розвиток громадянських компетентностей, які надають особі можливість реалізовувати і захищати права та свободи людини і громадянина, відповідально ставитися до прав та громадянських обов’язків, дотримуватися їх, відігравати активну роль у суспільному житті з метою захисту демократії і верховенства права, а також на усвідомлення громадянами, що носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ» (Розпорядження Кабінету Міністрів України, 2018). З визначення зрозуміло, що завдяки громадянській освіті людина отримує знання, вміння та навички бути громадянином, а також розуміння того, для чого їй всі ці компетентності, що стимулює її до активного включення в соціально-політичні процеси держави.

У затвердженій Концепції розвитку громадянська освіта має охоплювати всі види освіти (формальну, неформальну, інформальну), а також всі складники освіти, всі рівні освіти й всі вікові групи громадян, та бути спрямованою на формування громадянських компетентностей.

Варто додати, що окрім зазначеної концепції існує низка інших нормативних документів, які закріпляють правові основи громадянської освіти в Україні та спрямовані на патріотичне виховання, формування громадянської свідомості, правової обізнаності та розвиток активності, зокрема й молодих громадян: Закон України «Про освіту», «Про основні засади молодіжної політики», «Про визнання пластового руху та особливості державної підтримки пластового, скаутського руху», Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021-2026 роки, Стратегія національно-патріотичного виховання, Національна стратегія у сфері прав людини тощо.

В межах цих нормативно-правових документів слабо прописані так звані інформаційно-цифрові компетентності й взагалі питання медіаосвіти, які б не лише позначали наявність знань та навичок використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій для здійснення демократичного процесу в країні, але й фігурували складовою інформаційної безпеки країни. У деяких документах ці компетентності не прописані взагалі, а інтернет-ресурси згадані як інструмент неформальної освіти, що є досить негативним моментом, зважаючи на активну діджиталізацію України. Для кожного рівня та форми освіти необхідно чітко прописати вміння та навички в рамках інформаційно-цифрової компетентності (Мишок & Климанська, 2020а, с. 76). Однак, в Україні існує інший документ, де можна знайти такого роду інформацію і на який часто посилаються українські науковці – Концепція Нової української школи, в якій хоч і достатньо широко, проте пояснюється зміст інформаційно-цифрової компетентності: «впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні. Інформаційна й медіаграмотність, основи програмування, алгоритмічне мислення, робота з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеці. Розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо)» (Концепція Нової української школи. Концептуальні засади реформування середньої школи, 2016, с. 11).

Окремо варто розглянути згадане поняття медіаінформаційної грамотності, що утворилась в результаті поєднання традиційних концептів «інформаційна грамотність» та «медіаграмотність» та є сучасною стратегією ЮНЕСКО. У вітчизняному нормативно-правовому полі вона окремо визначається Концепцією розвитку медіаосвіти в Україні, згідно з якою медіаінформаційна грамотність є «комплексом умінь, знань, розуміння і відносин, які дають споживачам можливість: ефективно і безпечно користуватися медіа, усвідомлено обирати, розуміти характер контенту і

послуг, приймати рішення та користуватися повним спектром можливостей, які пропонують нові комунікаційні технології та медіаінформаційні системи, а також можливість захистити себе і свою сім'ю від шкідливого або вразливого інформаційного матеріалу» (MediaSapiens, 2016).

Медіаінформаційна грамотність поряд з медіаобізнаністю (наявність знань щодо ЗМІ) є складовою медіакультури, сприяння формуванню якої є одним із завдань медіаосвіти. Медіакультуру можна оцінити за наявністю у людини медіакомпетентностей, які свідчать про здатність особистості до передачі інформації про медіакультурні цінності, стандарти та смаки, про її ефективну взаємодію з медіапростором, створення нових елементів медіакультури сучасного суспільства та прояв активної громадянської позиції. Медіаосвіта, готуючи особистість до взаємодії з традиційними й новітніми медіа, покликана також розвивати в громадян рефлексивне та критичне мислення, а також медіатворчість, тобто здорове самовираження особистості в інформаційному просторі. В основі української медіаосвіти лежать певні принципи, до яких відносяться: пріоритет на морально-етичних цінностях (гідність, свобода, повага до інших тощо), шанування національних традицій та розвиток національної культури, зміцнення національної ідентичності, формування громадянської патріотичної свідомості та громадянського суспільства загалом. За цією концепцією медіаосвіта має впроваджуватись на всіх рівнях освіти в тому числі закладах вищої освіти. Виходячи з цього, медіаосвіта є важливим напрямком громадянської освіти.

Зважаючи на поданий перелік документів, нормативно-правова база та політика держави щодо громадянської освіти, зокрема і її важливої складової – медіаосвіти, в Україні хоч із певними недоліками, але існує. Порушуючи питання практичної реалізації цих положень зауважимо, що наразі той стан, в якому перебуває громадянська освіта в Україні, поки не дозволяє їй ефективно виконувати поставлені перед нею завдання. Насамперед це пов'язано з викликами та ризиками, які приносить війна та геноцидна політика країни агресора. У Концепції розвитку громадянської освіти в Україні зазначається,

що з початку 2014 року і до сьогодні на тимчасово окупованих територіях окупаційні адміністрації російської федерації реалізують політику, спрямовану на знищення української громадянської ідентичності, зокрема й через освітні інституції, шляхом нав'язування власних освітніх програм, стандартів освіти та вимог, що обмежують права дітей і молоді на здобуття освіти українською мовою та вивчення предметів українознавчого циклу. Зважаючи на пропаганду, дезінформацію, викривлення фактів, ІПСО, які ворог активно транслює з усіх можливих інформаційних каналів і особливо найшвидшим і найпростішим способом – через інтернет, піддатися негативному впливу може будь-яка людина. Тому, враховуючи неналежний стан громадянської освіти й відповідно недостатній рівень медіаграмотності українців, важливим напрямком діяльності держави також є інтенсивна контрпропаганда.

В Концепції розвитку громадянської освіти в Україні також розписані і важливі проблеми, які існують в сучасній громадянській освіті. Найбільшою серед них, на наш погляд, є фрагментованість громадянської освіти, адже вона зумовлює появу й інших труднощів. Наразі в Україні немає цілісної системи громадянської освіти з єдиним наскрізним підходом до структури громадянських компетентностей. Крім того, ці компетентності не розкриті в стандартах освіти. Це призводить до того, що розвиток громадянських компетенцій здійснюється в основному за ініціативи чи підтримки інститутів громадянського суспільства. Інший негативний наслідок – сприйняття громадянської освіти на рівні знань та навичок, а не на рівні цінностей, що, своєю чергою, призводить до самоідентифікації громадян як «споживачів державних послуг», а не як «суб'єктів держави» або агентів змін (Розпорядження Кабінету Міністрів України, 2018).

Іншою складною проблемою є кадрове забезпечення. Враховуючи те, що належне функціонування громадянської освіти почалося зовсім недавно, виникає питання, пов'язане з відсутністю компетентних педагогічних працівників у цій сфері (Мишок & Климанська, 2020а, с. 77). У 2018 році в

рамках Швейцарсько-українського проєкту «Розвиток громадянських компетентностей в Україні – DOCCU», було проведено соціологічне дослідження задля з'ясування стану громадянської освіти в Україні. У цьому дослідженні була здійснена критична оцінка компетентностей вчителів середніх загальноосвітніх закладів різних областей країни в галузі громадянської освіти. Результати дослідження показали, що вчителі подекуди не розуміють, що таке громадянська освіта або значно спрощують та недооцінюють процес її отримання. Опитані педагоги часто чекають на вказівки зверху, у тому числі на методичні рекомендації, що розроблені МОН, для впровадження громадянської освіти. Однак, в цьому дослідженні також зазначалися й тенденції до зростання налаштованості вчителів на те, щоб самостійно діяти в рамках наявних можливостей (Семенець-Орлова, Михайлич, Борер & Ретцель, 2018, с. 22).

Варто зауважити, що в процесі викладання курсів в межах громадянської освіти важливим є не лише зміст навчальних дисциплін, але й якість їхнього викладання. Німецькі дослідники П. Альшер, У. Людевіг, Н. МакЕлвані встановили, що висока якість викладання разом з громадянською освітою підвищує політичний інтерес та знання, що збільшує інтерес студентів до громадської діяльності. Це дослідження демонструє потенціал громадянської освіти для формування активного громадянина, проте для досягнення цієї мети потрібні ефективні педагогічні практики (Alscher, Ludewig, & McElvany, 2022).

Зважаючи на проблему недостачі кваліфікованих кадрів, в Україні існують так звані провайдери громадянської освіти, які забезпечують не лише навчання педагогів, але й усіх охочих активних громадян. Такі програми та провайдери відносяться і до формальної, і до неформальної освіти, можуть підтримуватися Міністерством освіти або й функціонувати коштом різних іноземних фондів (Мишок & Климанська, 2020а, с. 76).

Для широкого впровадження громадянської освіти необхідно мати належне навчальне та методичне забезпечення, яке складається зі спеціальної

літератури державною мовою. Однак наразі наявність такої літератури є недостатньою для всіх сфер здобуття громадянської освіти. Потужним інструментом для просування громадянської освіти є й різні інтернет-платформи, які пропонують широкопланові навчальні курси, що є корисними для розвитку громадянської обізнаності та медіаграмотності. Для прикладу, національна онлайн-платформа «Дія. Цифрова освіта» дає змогу громадянам, за допомогою національного тестування, перевірити рівень цифрової грамотності, а також пропонує велику кількість освітніх серіалів на соціально-політичну тематику.

Але й у випадку з онлайн-платформами існує низка проблем, які можуть мати негативний вплив на розвиток громадянської освіти та суспільства загалом. По-перше, це недостатня кількість якісно розроблених та доступних онлайн-курсів, що робить цю нішу відкритою для інформаційних шахраїв, які, використовуючи певні стратегії та тактики маніпулювання, продають інформацію, яка не має ніякої практичної цінності; по-друге, якісні онлайн-курси не завжди просуваються в маси, адже можуть не мати відповідної рекламної кампанії; по-третє, нерідко буває таке, що до освітніх програм через знайомства долучаються «потрібні» люди, які можуть бути тими самими шахраями. На нашу думку, під час війни в Україні такого роду шахраї є великою проблемою для суспільства на рівні з іншими розповсюдженими кіберзлочинами, адже шкода від дій таких «псевдоекспертів» полягає не лише в тому, що вони заробляють на горі чи потребах інших, але й в тому, що хибні навички чи поради, які вони пропонують, можуть призвести навіть до летальних наслідків (якщо, наприклад, мова йде про онлайн-інструкторів з бойової чи медичної підготовки). Крім цього, пройшовши такий курс, громадяни можуть відчувати себе ошуканими і втратити довіру до інших провайдерів освітніх послуг (Мишок, 2023).

Допоки не будуть напрацьовані партнерські стосунки між владою, закладами освіти та бізнесом, інформаційне шахрайство існуватиме та процвітатиме в українському суспільстві, а рівень громадянської освіченості

залишатиметься недостатнім для того, аби уможливлювати активність громадян. Взагалі поширення різних асоціальних та антисоціальних інтернет-практик в українському інформаційному просторі також може слугувати індикатором недостатнього рівня громадянської освіченості громадян. Це пов'язано з тим, що користувачі, які проявляють таку соціально-політичну інтернет-поведінку, можуть або цілеспрямовано завдавати шкоди суспільству, неправомірно задовольняючи власні меркантильні інтереси, що говорить про низький рівень їхньої культури, або й не усвідомлювати негативний вплив від власних дій, що вказує на низький рівень громадянської обізнаності.

Ще один негативний аспект, який заважає ефективному становленню громадянської освіти в Україні, та на якому сьогодні часто наголошують українські науковці – це виключення суспільствознавчих курсів з навчальних планів студентів різних спеціальностей та переведення їх в розряд вибіркових, необов'язкових. Суспільне призначення соціогуманітарної освіти, на думку вітчизняних вчених, полягає в тому, що вона виступає інтелектуально-інформативним підґрунтям громадянської консолідації, інструментом підтримки суспільної злагоди та стабільності держави. Саме суспільствознавчі курси формують єдину систему світоглядних знань та цілісне уявлення про загальнолюдські та національні духовно-культурні цінності, розвивають самостійність та критичність мислення, дають розуміння національних інтересів та пріоритетів (Олійник & Солошенко, 2023, с. 89; Луцишин & Савка, 2023; Мишок & Климанська, 2020а, с. 76). Якщо для розвитку своєї держави ми орієнтуємося на європейський досвід, то варто зазначити, що в Європі освітній простір передбачає багатовекторне вивчення суспільних дисциплін, які дають можливість всебічної підготовки фахівців різної спеціалізації.

Отже, можна констатувати, що громадянська освіта є не просто необхідним напрямком освіти в Україні, а є обов'язковою її складовою, яку потрібно розвивати та постійно оновлювати відповідно до викликів часу, враховуючи при цьому історично сформовані доктрини в суспільстві, щоб не викликати різкий супротив населення. Громадянські компетентності, які

людина здобуває в ракурсі громадянської освіти, є її культурним капіталом, необхідним ресурсом для соціально-політичної поведінки проявленої традиційним шляхом (участь у мітингах, голосування на виборах, участь в соціологічних опитуваннях тощо) та/або альтернативним, з допомогою сучасних інформаційно-комунікативних технологій (е-демократія, просоціальна інтернет-поведінка). Варто підкреслити, що громадянська активність не залежить лише від громадянської освіченості населення, поряд з нею є безліч інших соціальних чинників (довіра, ситуація в країні тощо), які можуть зумовлювати й інші форми соціально-політичної поведінки. Тому не варто думати, що розв'язання питання громадянської неосвіченості одразу врегулює проблему пасивності громадян. Все ж громадянська освіта є першочерговою сходинкою у становленні громадянина, оскільки надає початкові знання та вміння, без яких людина неспроможна на повноцінне життя в сучасному інформаційному суспільстві.

Висновки до третього розділу

В цьому розділі ми проаналізували трактування громадянського суспільства з точки зору найпопулярніших філософських та соціологічних підходів, знайшли спільні та відмінні ознаки у представлених визначеннях. Було проаналізовано, що науковці, представники концепції громадянського суспільства, займалися співвідношенням цього поняття з поняттям «держава». Було з'ясовано, що громадянське суспільство – це відділена від держави, але й водночас залежна від неї соціальна конструкція, для якої важливими компонентами є наявність широкого плану соціальних інституцій, сформована цивільна культура, а також активні соціально-політичні практики громадян. Крім цього, громадянське суспільство виступає важливим фактором впливу на політичну систему та регулювання соціально-політичних проблем, сприяє розвитку громадського діалогу та забезпеченню балансу інтересів різних груп населення. Зважаючи на це, відкрите та активне громадянське суспільство

можна вважати одним з найважливіших елементів демократичного розвитку країни.

Виходячи з того, що соціально-політична поведінка є одним із важливих компонентів громадянського суспільства, зокрема й її онлайн-прояви, було проаналізовано різні класифікації соціально-політичної інтернет-поведінки. За рівнем соціально-політичної інтернет-поведінки визначено високий, середній чи низький рівень залученості користувачів до соціально-політичних питань в онлайн-середовищі. За рівнем суб'єктності користувача розглядалися споживацькі та творчі онлайн-практики. До видів соціально-політичної інтернет-поведінки віднесли індивідуальні, колективні та масові онлайн-практики. Також було виокремлено підхід до класифікації соціально-політичної інтернет-поведінки, зважаючи на мету використання інтернет-технологій – пізнавально-професійна, пізнавально-рекреаційна, соціально-громадська, розважально-ігрова, лінійно-комунікаційна та споживацька (консюмеризм). Звертаючи увагу на мотиви поведінки користувача, визначено просоціальні, асоціальні та антисоціальні інтернет-практики. Було виявлено нову і нестандартну класифікацію інтернет-практик, яка полягає у врахуванні місця реалізації поведінки – інтернет-практики онлайн та інтернет-практики офлайн. Також було виявлено, що параметр типологізації онлайн-поведінки полягає у використанні декількох критеріїв (рівень, вид та форма) для виміру соціально-політичної інтернет-поведінки. В ракурсі такого підходу було проаналізовано та зіставлено активні та пасивні онлайн-практики, а також окреслено основні особливості невизначеного в українському соціологічному дискурсі поняття «слактивізм».

В межах розділу було здійснено аналіз інституту громадянської освіти в Україні, який було визначено необхідним соціальним механізмом формування належного культурно-психологічного фону для проявів соціально-політичної поведінки молоді, зокрема й її онлайн-проявів. Було виявлено, що, у зв'язку з дією низки негативних факторів, інститут громадянської освіти в Україні поки функціонує на недостатньому рівні, що негативно впливає на прояви

громадянами соціально-політичної інтернет-поведінки, що своєю чергою, не дозволяє їм повною мірою брати участь в житті держави та у процесі розвитку громадянського суспільства.

РОЗДІЛ 4. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ РОЛІ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

4.1. Вторинний аналіз емпіричних досліджень, пов'язаних з вивченням ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у формуванні громадянського суспільства в Україні

В рамках цього підрозділу розглядатимемо дані загальнонаціональних українських соціологічних досліджень, які стосуються ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у формуванні громадянського суспільства. У зв'язку з обмеженою кількістю актуальних емпіричних досліджень щодо окресленого питання, враховуватимемо й соціологічні дослідження, пов'язані з тематикою громадянського суспільства, а також теми, що стосуються впливу інтернету на суспільні процеси загалом.

Насамперед проаналізуємо статистичні дані інтернет-проникнення в Україні. Останнє актуальне всеукраїнське дослідження, здійснене Київським міжнародним інститутом соціології у вересні 2022 року (вибірка – 2002 респонденти старші 18 років) на замовлення Програми розвитку ООН в Україні за підтримки Швеції й у партнерстві з Мінцифрою, показало, що 72% опитаних є регулярними користувачами інтернету і користуються ним на щоденній основі не менш ніж 3 години. У 2021 році цей показник складав 70%, що говорить про щорічну позитивну динаміку інтернет-проникнення в українському суспільстві. Порівняно з 2021 роком, скорочується й кількість нерегулярних користувачів (2–3 години на тиждень і рідше) – їхня частка тепер складає 13% (у 2021 році – 16%). Ядром аудиторії інтернету залишається молодь до 30 років, оскільки, за результатами дослідження, 97% цієї категорії населення користуються інтернетом щодня і лише 0,3% стверджують, що не користуються, на противагу 70-річним і старшим, в яких ці показники становлять відповідно 22% і 59%. Для дослідження інтернет-проникнення в Україні новим, але надзвичайно актуальним на сьогодні, є виокремлення

користувачів в межах вразливих верств населення. В межах таких груп найактивнішими користувачами інтернету є ветерани, ВПО та ті, хто самі виховують дітей (81% регулярних користувачів і лише 6-7%, які взагалі не користуються). Дещо менше використовують інтернет батьки дітей з інвалідністю (75% і 13%). Також 50% респондентів з інвалідністю користуються інтернетом щодня, а 31% узагалі ним не користується (Аналітичний звіт «Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг», 2023).

Важливо зауважити, що в українських дослідженнях інтернет-аудиторії відсоток регулярних користувачів варіюється. Так, наприклад, в результатах іншого дослідження КМІС – всеукраїнського опитування громадської думки «Омнібус», проведеного 3-18 травня 2022 року, представлено, що 82% респондентів користується інтернетом хоча б раз на тиждень, з яких 78% використовують його щодня чи майже щодня (Користування інтернетом серед українців: результати телефонного опитування, проведеного 13-18 травня 2022 року, 2022). Такі варіації пояснюються відмінністю в інтерпретації показника «регулярність використання інтернет». Бачимо, що в першому опитуванні окрім зазначення щоденного перебування в мережі, також зазначається й тривалість цього включення, що, на нашу думку, адекватніше демонструє вимір регулярності використання інтернету.

Російська воєнна агресія змінила стиль життя українців, в тому числі й поведінку в інтернеті. Як показують результати дослідження інтернету в Україні, проведеного у 2022 році агенцією «Newage» за підтримки інших авторитетних соціологічних фірм та аналітичних організацій, в перші місяці повномасштабного вторгнення українці почали читати більше новин, адже серед 20 найпопулярніших сайтів в української аудиторії сім – це суспільно-політичні ЗМІ. Пояснення таких тенденцій знаходимо в щорічному дослідженні USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 році», в результатах якого зазначається, що переважання новинного контенту над розважальним зумовлене потребою перебувати у постійному

інформаційному потоці, адже контроль за новинами став для опитаних одним із факторів відчуття безпеки. Варто підкреслити наявність змін у ставленні до інформації мешканців окупованих територій, які, отримуючи доступ до українських інтернет-ресурсів через сервіси VPN, стали відчувати гостру потребу в отриманні інформації та стали більш зосереджені на новинах, які стосуються безпосередньо області або населеного пункту, де проживають вони або їхні близькі родичі (Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа, 2022).

Результати дослідження агенції «Newage» також продемонстрували, що для українців відбулися зміни й в способі виходу в інтернет. Так, у січні 2022 року 68% українського трафіку припадали на мобільні пристрої та 28% – на десктоп, а вже в березні часка виходу в інтернет через комп'ютер скоротилася до 13%, а мобільний трафік зріс до 83% (решта – планшети). Такі тенденції пояснюються тим, що мобільні пристрої є зручними та портативними, що дозволяє користувачам мати постійний доступ до інтернету незалежно від місця та часу. Завдяки цьому користувачі легко підключаються до інтернету не лише вдома чи в офісі, але й під час пересувань, що є особливо актуальним під час війни в країні. Результати цього дослідження також демонструють, що з плином часу рівень активності українців в отриманні соціально-політичної інформації з інтернету знизився через відновлення інтернет-поведінки з метою розваг та онлайн-шопінгу (Дослідження newage. 2022: digital-ринок України, 2022).

Якщо детальніше розглянути джерела отримання соціально-політичної інформації, то результати дослідження соціологічної групи «Рейтинг» «Як війна змінила мене та країну. Підсумки року», яке проводилося в лютому 2023 року, засвідчують (Рис.1), що українці, порівняно з 2021 роком, стали вчетверо частіше (з 11 до 41%.) черпати новини з каналів та груп у месенджерах Telegram та Viber. Зросла аудиторія й у каналів відеохостингу YouTube – з 21 до 29%. Вплив соціальних мереж Facebook, Twitter, Instagram практично не змінився (36%). Важливо також зазначити, що національні телеканали та

месенджері як джерело отримання новин в українців практично зрівнялися за популярністю — 43% та 41% відповідно (Комплексне дослідження: Як війна змінила мене та країну. Підсумки року, 2023).

Рис.1. Джерела отримання соціально-політичної інформації

Джерело: (Комплексне дослідження: Як війна змінила мене та країну. Підсумки року, 2023)

Згадане щорічне дослідження USAID-Internews «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа 2022» демонструє вікову структуру споживачів різних джерел соціально-політичної інформації – в українців віком 18-35 років популярнішим джерелом є соціальні мережі, серед тих, кому 35-45 років – новинні сайти, а українці старші за 46 років становлять більшість телевізійної аудиторії (Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа, 2022).

В контексті тематики нашої дисертації доречно розглянути також і те, яке ставлення українці мають до різних соціальних мереж та як вони оцінюють їхню функціональність. Застосовуючи для вивчення цього питання якісну методологію дослідження, USAID-Internews представило такі результати: на думку учасників фокус-груп, основна перевага месенджера Telegram – це оперативність новин, а також те, що він задовольняє відразу дві функції – спілкування з близькими та отримання інформації. Інформанти стверджували, що у перші місяці повномасштабної війни кількість телеграм-каналів новин, на які вони були підписані, була дуже велика – до 10, а зараз їхня кількість скоротилася до 2-3. Facebook використовується для ознайомлення зі ставленням користувачів до новин та коментарями, які вони викликають, тоді як YouTube використовується замість телебачення та для пошуку відео, які

підтверджують новини, що викликали зацікавленість, або для перегляду контенту від блогерів. Viber використовується головним чином для спілкування, але також у ньому створені новинні групи, які мають популярність серед користувачів віком 45+. Цікаво, що Instagram для українських користувачів змінився з розважальної соціальної мережі на новинну, через що почав набирати популярності серед людей віком від 31 до 45 років та став місцем вираження громадянської позиції. TikTok, на думку інформантів, залишається популярним серед молоді та використовується в основному для розваг. Учасники фокус-груп також розповіли про своє ставлення до блогерів: їх вони найчастіше дивляться не для того, щоб отримати новини, а скоріше, щоб сформувати оцінки щодо тієї чи іншої новини. Вивченню користувачем громадської думки стосовно певної новини сприяють також і групові чати, ядром аудиторії яких є саме молодь, яка там отримує або підтвердження, або спростування тієї чи іншої інформації (Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа, 2022).

Медіаграмотність, як ми уже зазначали в попередньому розділі, є важливим компонентом громадянських компетентностей, високий рівень володіння якими вказує на розвиненість культури громадянина. Тому аналіз актуальних соціологічних розвідок стосовно медіаграмотності українців також є важливим напрямком нашого дослідження.

Найперше варто зауважити, що, за даними КМІС, сьогодні українським медіа довіряють 57% громадян, що на 43% більше, ніж кількість тих, що не довіряють (Динаміка довіри соціальним інституціям у 2021-2022 роках, 2023). Трішки нижчий баланс довіри-недовіри до українських ЗМІ демонструють результати дослідження центру Разумкова – 38,9% на користь довіри (Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.), 2023). Можна констатувати, що українські ЗМІ, включаючи інтернет, зуміли переламати негативний баланс довіри серед українців, що має позитивні наслідки особливо на час війни. Довіра до національних ЗМІ допомагає забезпечити адекватне сприйняття подій, які

відбуваються, а також підвищити ефективність контрпропаганди. Ріст довіри до ЗМІ, до політичного керівництва та до силових структур в умовах війни є ще одним свідченням згуртування громадян у критичних обставинах, що є одним з ключових факторів успішного опору ворогові. Російським же ЗМІ українці практично не довіряють: за рік довіра до них зменшилась з 3% до 1%, а баланс впав із -76% до -92%. Окрім того, за даними дослідження USAID-Internews, серед українців фіксується зменшення особистого споживання російських медіа – тільки 12% респондентів у 2022 році використовували російські медіа, при цьому, основною причиною споживання інформації від ворожих ЗМІ вони вказували з'ясування того, які наративи транслюються про Україну (Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа, 2022).

Якщо порушувати питання довіри до технологій інтернету, то результати дослідження USAID-Internews демонструють, що близько 60% опитаних довіряють новинам у соціальних мережах, 50% – новинам в інтернет-медіа, а також у 2022 році підвищився рівень довіри до загальнонаціональних та регіональних інтернет-сайтів (Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа, 2022).

Окрім цього, проведене у липні 2022 року дослідження фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з КМІС показало, що 12% опитаних українців віддають перевагу дописам блогерів та постам відомих людей у соцмережах (Інформації з яких джерел більше довіряють українці та якими, на їхню думку, є критерії професійності журналістів, 2022).

Щоб перевірити рівень медіаграмотності громадян, в багатьох сучасних соціологічних опитувальниках респондентів просять серед запропонованих ознак інформації з медіаресурсів обрати ті, завдяки яким їй можна довіряти. Основними такими ознаками є: увага на джерело або походження новини, увага на представлення різних точок зору, увага на власника медіа, інтуїція, здоровий глузд, довіра до улюбленого джерела.

Дані дослідження USAID-Internews показують, що у 2022 році збільшилася доля споживачів новин, які звертають увагу на джерело

інформації. Водночас меншість опитаних зважають на те, чи в новині представлені різні точки зору. Збільшилася доля тих, хто готовий довіряти улюбленим медіа «за замовчуванням». Також, за результатами цього дослідження, 83% опитаних знають про наявність неправдивих матеріалів. Більшість з них вважають, що здатні розпізнати фейкову інформацію, але така самовпевненість не справджується на практиці. В рамках цього дослідження також здійснювалась перевірка респондентів на вміння розпізнати фейки. Виявилось, що серед опитуваних обізнаних про існування неправдивих матеріалів лише 14% зуміли правильно визначити усі фейкові новини, ще 72% – правильно визначили хоча б одну новину. Ще один важливий висновок з цього дослідження – багато людей не вважають дезінформацію такою проблемою, яка потребує особливої уваги. Такі думки разом зі зниженням рівня скепсису до інформації (до повномасштабного вторгнення цей рівень складав 30%, зараз сумніваються в правдивості інформації близько 11%), зафіксованого Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, з одного боку, стимулюють довіру до повідомлень офіційних органів влади, але з іншого боку, можуть сприяти вразливості населення до дезінформації у соцмережах. Важливо зауважити, що в дослідженні Фонду було опитано 1000 респондентів за вибіркою, що репрезентує доросле населення семи західних та чотирьох центральних областей України, а отже його результати не варто екстраполювати на усе населення (Боротьба в інформаційній та культурній царинах: що думають українці про державну мовну політику та пропаганду на тлі агресії РФ, 2022).

Дослідження USAID-Internews виявило ще одну важливу проблему, яка полягає не просто в низькому рівні обізнаності українських громадян у фактчекінгових організаціях, а взагалі у відсутності їхнього використання – 27% опитаних зазначили, що їм є відомими сервіси для перевірки правдивості медійного контенту, однак лише 3,5% вказали, що користувалися найбільш відомими ресурсами для перевірки (Stop Fake, Детектор медіа, Без брехні, По той бік новин, Vox check і Texty.org).

Зауважимо, що фактчегінгові організації, власне, спеціалізуються на викриванні фейків і потрібні звичайному користувачу, який часто може помилятися у своїх висновках і не завжди виявляти факт неправдивої інформації, оскільки вони роблять це більшою мірою фахово та експертно. Тому непопулярність таких інструментів, на нашу думку, є великою проблемою, яка є ще одним індикатором недостатнього рівня медіаграмотності населення.

Зважаючи на те, що об'єктом нашого дослідження є молодь, вартими уваги є виміри молодіжної думки в темі медіаграмотності, які проводилися в жовтні-листопаді 2022 року в межах проєкту U-Report спільно з українським інтернет-виданням «Детектор медіа». Результати демонструють думки молодої категорії населення (українці віком 14-35 років), яка показує найвищий рівень володіння цифровими компетентностями стосовно теми медіаграмотності. Опитана молодь (вибірка – 3337 осіб) визначала правдивість новин за такими ознаками: 54,4% зазначає, що в таких новинах має бути посилання на джерело інформації; 38,7% говорить про наявність відео чи фото для підтвердження інформації; 35,5% опирається на довіру до конкретного ЗМІ; 23% вважає, що треба дивитися на те, чи представлені в новині різні точки зору; 22,9% думає, що треба зважати на репутацію автора; 8,5% обрали варіант з інтуїцією; ще 6% – зі здоровим глуздом та особистими уявленнями.

На питання про перевірку респондентами інформації, отриманої з медіа та соціальних мереж, 47,7% відповіли, що перевіряють її, якщо новина їм цікава. Водночас 44,5% опитаних просто звертають увагу на факти в новині – чи є фото/відео, що підтверджують інформацію; посилання на джерело; документи або статистика, що не завжди може бути адекватним індикатором правдивості новини; ще 6,4% не перевіряють. Ті, хто перевіряє інформацію, роблять це такими способами: 55% шукає інші джерела, де є ця інформація; 46,3% звіряє інформацію з офіційними джерелами; 24,2% намагається знайти першоджерело; 17,3% досліджує авторитетність медіа та автора новини; 12,9% запитує у знайомих і друзів, чи чули вони про новину; 9,4%; користується

спеціалізованими програмами та сайтами для перевірки інформації (Демчук, 2022, с. 94-95).

Тобто, зважаючи на те, що молодь вміє користуватися технічними можливостями інтернету, у неї все ж виникають проблеми з сенсом отриманої інформації. Це можна пояснити за допомогою теорії З. Баумана, який говорив про фрагментарність знань у зв'язку з активним використанням сучасних ІКТ, що зумовлює поверхневе сприйняття інформації, коли молодь швидко переглядає, прокручує або переходить від одного фрагменту до іншого, не аналізуючи або не розуміючи зміст переглянутого. Це може призвести до виникнення поверхневих уявлень та упереджень, а не до розвитку критичного мислення. Такі негативні тенденції підвищують ризики потрапляння під вплив дезінформації. Низька медіаграмотність великого масиву молодих користувачів, які частіше за інші категорії населення можуть проявляти активну поведінку, сприяє поширенню фейкових матеріалів і як наслідок просуванню брехні та спотворенню думок інших.

При зміні вектора розгляду з аспекту споживання українськими громадянами інформації на питання їхньої залученості в соціально-політичні процеси в країні, необхідно насамперед зазначити, що рівень реальної громадянської участі в Україні до повномасштабного вторгнення, порівняно з країнами Заходу, був доволі низьким. Втім, очевидним є факт, що в кризові для країни часи прослідковується активізація громадян. Під час подій Революції Гідності дані опитувань фіксували піднесення масової активності (15-18% населення), але зі стабілізацією ситуації в країні активність повернулася до вже стандартних показників (Резнік, 2019, с. 116).

Згідно з останньою сьомою хвилею Світового дослідження цінностей (World Values Survey, 2017-2022 р.), основні форми соціально-політичної (реальної, віртуальної) активності українців до повномасштабного вторгнення характеризувалися низькою інтенсивністю проявів. Українці рідко підписували петиції (12% опитаних проявляли таку дію), брали участь у бойкотах (3,5%), мирних демонстраціях (8%), страйках (3,7%) тощо. Також

українці мало залучалися до різноманітних соціально-політичних організацій (політичні партії, громадські чи професійні об'єднання, профспілки, благодійні організації тощо) Таблиця 1.

Таблиця 1

Залученість населення України до добровільних організацій (World Values Survey, 2017-2022 р.) (%)

	Відсутність членства	Неактивний учасник	Активний учасник	Не знаю/ Немає відповіді
Релігійні або церковні організації	69,8	19,7	7,5	2,9
Спортивні або дозвіллєві організації	83,8	10,3	3,7	2,2
Мистецькі, музичні, освітні спілки	83,3	9,6	3,9	3,1
Профспілки	83,6	10,5	2,1	3,9
Політичні партії	89,1	5,9	2,2	2,8
Екологічні організації	87,8	7,6	1,6	2,9
Професійні об'єднання	87,3	6,7	2,7	3,3
Благодійні або гуманітарні організації	88,1	6,4	2,2	3,2
Організації споживачів	91,0	4,6	1,1	3,3
Групи самодопомоги, взаємодопомоги	86,7	6,3	2,4	4,5
Жіночі спільноти	91,1	4,5	1,3	3
Інші організації	87,9	6,6	1,9	3,5

Джерело: (Haerpfer et al., 2022)

Щодо соціальної активності (донати – 15,3%; спілкування з урядом – 11,3%; заохочення до активності інших – 3,6%), то тут рівень дещо вищий, ніж

у політичній, однак теж є низьким порівняно з країнами Європейського Союзу, США та Великою Британією (Haerpfer et al., 2022).

На відміну від реальної активності громадян, з онлайн-поведінкою до повномасштабного вторгнення (і після) була краща ситуація. Найперше коротко розглянемо роль інтернет-технологій під час Революції Гідності в Україні 2013-2014 років. Українська соціологиня О. Буданова, за участі якої у 2014 році відбулося опитування громадян України стосовно впливу Майдану на соціально-політичну думку, підкреслює, що інтернет тоді був не лише каналом передачі інформації, але й важливим середовищем взаємодії, спілкування, завдяки якому громадяни кооперувались задля здійснення реальної поведінки. За допомогою різноманітних інтернет-технологій (насамперед соціальних мереж) відбувалося поширення патріотизму, націоналістичних настроїв, закликів до протидії тодішній владі. Іншими словами, інтернет-технології слугували одним із дієвих способів творення громадської думки. Дослідниця також з'ясувала, що наявність у громадян таких форм активності, як участь в протестах, підписання петицій, блокування роботи державних установ та інших, залежала переважно від використання інтернету як джерела інформації та середовища кооперування (Буданова, 2015, с. 149-150).

Водночас дослідження групи науковців О. Онух, Е. Матео та Дж. Воллер, в межах якого використовувались оригінальні дані національного репрезентативного панельного опитування в Україні, проведеного незабаром після мобілізації Євромайдану 2013-2014 років, спростовує популярну тезу в українській науковій літературі, про те, що саме інтернет найбільше посприяв активізації громадян. Аналізуючи закономірності споживання медіа учасниками і не учасниками революційних подій, а також прихильниками протесту та його опонентами, науковці не виявили доказів того, що популярні на той час платформи соціальних медіа корелювали з мобілізацією чи переконаннями щодо протестів. Більшу роль в тих процесах, на думку

дослідників, відігравали «старі», традиційні медіа (Onuch, Mateo, Waller, 2021).

Якщо розглядати онлайн-активність українських громадян у відносно стабільні часи, то результати багаторічних досліджень такої поведінки, які проводилися Інститутом соціології НАН України в рамках всеукраїнського соціологічного моніторингу, показали, що порівняно з 2013 роком у 2019 кількість українців, які проявляли формалізовану і неформалізовану громадянську онлайн-активність, зросла більш як удвічі. Так, 66,5% українців користувачів інтернету тією чи іншою мірою проявляли громадянську онлайн-активність, решта 33,5% українських громадян не реалізовували такої активності при перебуванні в Мережі. Важливо врахувати, що опитані українці в більшій своїй кількості демонстрували споживацькі практики – вони скоріше отримували соціально-політичну інформацію, а не створювали її. З даних моніторингу можна зробити висновок, що чим складнішою та витратнішою є форма соціально-політичної інтернет-поведінки, тим менше її будуть проявляти громадяни. Так, коли мова заходить про висловлення власної позиції в інтернеті чи про електронну участь у певних процесах соціально-політичного характеру (е-петиції, е-запити, е-бюджети, організація заходів тощо), українці проявляють такі форми інтернет-поведінки на низькому рівні (менш як 10%) (Резнік, 2019, с. 130-131).

Повномасштабне вторгнення росії в Україну кардинально змінило практики соціально-політичної поведінки громадян. Вимірювання реальної активності громадян за даними дослідження Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, проведеного 7–15 травня 2022 року, показали, що українці масово долучалися до волонтерства чи благодійності, і найбільше таких серед молоді (70,4% допомагали фізично чи фінансово) (Самопочуття українців під час війни: емоції, очікування, особистий досвід – опитування у західних та центральних регіонах, 2022).

Серйозні економічні збитки, які принесла війна, потреба постійної фінансової підтримки для збереження воєнного потенціалу країни, призвели

до радикального збільшення у 2022 році зареєстрованих нових благодійних організацій. За даними дослідження, яке проводилося у грудні 2022 – січні 2023 року КМІС у межах проєкту «Ініціатива секторальної підтримки громадянського суспільства», було зафіксовано 6 367 нових благодійних організацій. Також результати дослідження показали, що повномасштабне вторгнення зменшило реєстрацію нових громадських об'єднань (2 760 у 2022 порівняно з 4 360 у 2021), що пояснюється пріоритетом на життєво важливе фінансове забезпечення населення, гуманітарну та військову допомогу. Власне, до найактуальніших і найпотрібніших сфер діяльності благодійних і громадських об'єднань сьогодні відносяться допомога армії, ветеранам та допомога жертвам війни, переселенцям. Важливо підкреслити, що 52,4% учасників таких організацій планують точно долучитися до відбудови інфраструктури країни після завершення війни, ще 27,6% – скоріше планують («Громадянське суспільство України в умовах війни-2022» - звіт за результатами дослідження, б. д.).

Очевидно, що сьогодні, у зв'язку з приростом інтернет-аудиторії та спадом популярності серед населення традиційних ЗМІ, роль інтернет-технологій підвищується. Більше того, деякі форми поведінки громадян через карантинні обмеження, а зараз – дистанційну роботу через воєнні дії в країні, перейшли в онлайн-формат, що зумовило попит на використання інтернету не лише як джерела інформації та середовища для комунікації, але і як місця активного спротиву ворогові. Перш за все це стосується активності громадян на кіберфронті, яка є пов'язаною з боротьбою проти ворожої пропаганди та дезінформації (блокування ресурсів з такими матеріалами), відбиттям кібератак, а також контратаками на шкідливі російські інформаційні ресурси. На жаль, точної статистики стосовно залученості українських громадян до таких інтернет-практик зараз нами не спостерігається. Але, за оцінками керівника із розвитку електронних послуг у Міністерстві цифрової трансформації Мстислава Баніка, у березні 2022 року ІТ-армія налічувала

понад 300 тисяч кіберволонтерів з України та інших країн світу (MediaSapiens, 2022).

Не менш важливою серед інтернет-практик громадян, на нашу думку, є відмова від російського контенту. Прояви громадянами цієї поведінки сприяють збереженню національної ідентичності, безпеки та розвитку української культури, що є також важливими компонентами розвитку громадянської культури та суспільства загалом. Крім того, таким чином громадяни убезпечують себе й від негативних впливів ворожої пропаганди та інших маніпулятивних технологій. Результати соціологічного опитування «Культурні практики населення України: поведінка та ставлення», проведеного КМІС з 27 січня до 3 лютого 2023 року серед дорослого населення країни (не враховуючи тих, хто перебував на окупованих територіях), показали, що українці дещо змінили своє споживання культурного контенту на користь української продукції. Досліджуючи різні способи представлення контенту, фахівцями КМІС було виявлено, що 42% опитаних почали більше переглядати українські фільми/серіали, 46% відмовились від такого російського контенту частково або повністю, 9% припинили дивитися взагалі, а 15% не помітили для себе змін. У випадку з музикою, 53% почали більше слухати музику українського виробництва, 41% частково або повністю відмовились від російської музики, 6% припинили її слухати, а 14% не помітили змін. Також 8% респондентів зазначили, що почали читати більше українських книг, 31% відмовилися від російських, 8% перестали читати взагалі, а 28% не змінили своєї поведінки. 39% респондентів-глядачів платформи YouTube перейшли там на український контент, 31% відмовилися від російського, 6% припинили споживати контент, а 27% не помітили змін. Щодо блогерів, то 34% опитаних почали більше слухати/читати українських представників цієї сфери, 26% припинили слухати/читати російських, 10% відмовилися від будь-яких, 30% споживають як раніше. Стосовно веб-сайтів, то 35% досліджуваних перейшли на українські сайти, 27% більше не відвідують російські, 8% припинили користуватись цим

джерелом, а для 29% ситуація не змінилася (Культурні практики населення України: поведінка та ставлення, 2023).

Споживання соціально-політичної інформації та культурного контенту в інтернеті, кіберволонтерство, а також донат-практики є неформалізованими формами онлайн-поведінки. Однак, варто особливу увагу приділити й практикам використання українцями формалізованих інтернет-технологій, оскільки завдяки їм громадяни напряму можуть взаємодіяти з державою, контролювати дії влади та транслювати свої думки та настрої, а, отже, відкривається можливість для розвитку і функціонування громадянського суспільства. Мова йде про аналіз того, як українці використовують інструменти електронної демократії. Згідно з щорічним дослідженням ООН стосовно розвитку електронного урядування у світі, показник електронної участі (EPI) в Україні у 2022 році складав 0,6023, що трохи вище середнього значення у світі (0,4450), але сильно нижче від лідера в Європі – Естонії (0,9773). Показник електронної участі (EPI) є багатогранною структурою, що складається з трьох основних компонентів: електронної інформації (можливість участі шляхом надання громадянам публічної інформації та доступу до інформації), електронних консультацій (залучення громадян до участі та обговорення державної політики та послуг) та електронного прийняття рішень (розширення можливостей громадян через спільне розроблення варіантів політики та спільне виробництво компонентів послуг) (UN E-Government Survey 2022, n. d.).

Актуальні дані про формалізовану соціальну-політичну інтернет-поведінку демонструє уже згадане на початку цього підрозділу всеукраїнське дослідження, здійснене у вересні 2022 року Київським міжнародним інститутом соціології «Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг». Результати цього дослідження підтверджують тенденцію зростання в Україні популярності електронних державних послуг – порівняно з 2020 роком, коли частка таких користувачів складала 53%, у 2022 році вона сягає 63%. Найпопулярнішим сервісом серед респондентів (52%) був

додаток або портал «Дія». Це свідчить про значний ріст рівня використання сервісу, оскільки порівняно з 2020 роком, частка користувачів спочатку зросла з 13% до 30% у 2021 році, а потім до 52% у 2022 році (тобто в 4 рази). Проте, ситуація з іншими послугами в переліку відрізняється: за останній рік обсяги оформлення субсидій, пільг та соціальних виплат зросли незначно, лише з 13% до 16%. Щодо інших послуг, то в більшості випадків спостерігається зниження користування порівняно з 2021 роком – менш ніж 9,5% респондентів скористалися ними впродовж останнього року (винятком є оформлення свідоцтва про народження, де користування не змінилося). Можливо, це зумовлено низьким попитом на ці послуги в умовах війни. Також варто зауважити, що окремі послуги, які мають попит, включені до «Дії», тому можливо респонденти їх рідко називають окремо. Особливим попитом електронні послуги користуються серед вразливих верств населення. Лідером серед таких користувачів є ветерани (80%, 74% з яких користувалися «Дією»), далі ВПО, ті, хто самі виховують дитину, батьки дітей з інвалідністю (71-76%). Загалом портрет активного користувача державними електронними послугами виглядає так: це людина молодого віку (до 35 років), з вищою освітою, яка проживає у великому населеному пункті. Однак варто зауважити, що обсяги користування електронними послугами зросли серед українців усіх вікових категорій. Українці, які користувалися електронними послугами загалом були задоволені таким досвідом – 25% стверджували, що отримали дуже позитивний досвід, ще 54% називають його радше позитивним, оскільки зазначали, що деякі функції треба покращувати. Також 53% опитаних українців оцінюють спосіб отримання послуг в електронному форматі зручнішим і ефективнішим, ніж традиційні способи. Серед причин не користування державними електронними послугами у респондентів – відсутність такої потреби. Водночас 74% опитаних змогли назвати принаймні одну ситуацію, за якої були б зацікавлені мати ефективний електронний сервіс (Аналітичний звіт «Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг», 2023). Зрозуміло, що на період воєнного стану

найбільше активізувалася та інтернет-поведінка громадян, яка стосується насамперед закриття їхніх особистих потреб. Ці тенденції однозначно мають позитивну роль, оскільки таким чином налагоджується первинний контакт з державою. Однак не менш важливим є виявлення тенденцій формалізованої інтернет-поведінки, яка пов'язана з діями громадян, що беруть участь в процесах прийняття рішень.

Під час воєнного стану одним з основних формальних способів висловлення громадянами своєї позиції, зокрема щодо нових законів та владних ініціатив, є електронні петиції, які можна підписати на офіційному сайті Президента України. Згідно з опублікованими даними парламентської аналітикині «Руху Чесно» Вікторії Олійник, за рік війни число петицій, які отримують необхідну мінімальну кількість підписів (25 тисяч), зросло в кілька разів. У 2021 році президент підтримав 19 петицій, тоді як торік їх було 83. У 2023 році також спостерігається збільшення швидкості збору підписів під петиціями. Аналітикиня вважає, що електронні петиції, адресовані Президенту України, перестають бути дієвим інструментом впливу, оскільки «за 2022 рік досі немає відповіді на 11 петицій громадян, а відповіді на інші 72 петиції не завжди якісні, що впливає на всю політичну систему» (Олійник, 2023). Така ситуація може призвести до втрати громадянами довіри до цього інструменту і відповідно до зниження його використання, що, своєю чергою, негативно впливатиме на демократизацію в країні.

Зростання соціально-політичної активності онлайн є одним із ключових факторів для підтримки стабільності в країні, протидії ворогу та успішного будівництва сучасного демократичного суспільства. Підвищення онлайн-активності громадян у всіх соціально-демографічних групах допоможе державі ефективно виконувати її програми щодо взаємодії з громадянами через онлайн-платформи, які допомагають зробити процедури зручнішими, ефективнішими та менш корупційними, що є важливим для будівництва потужної демократичної держави з активним та ефективним громадянським сектором.

4.2. Опис, аналіз та інтерпретація результатів авторського соціологічного дослідження

Авторське соціологічне дослідження щодо вивчення соціально-політичної інтернет-поведінки студентської молоді здійснювалося у два етапи із застосуванням якісно-кількісної методології.

Етап 1

Емпіричні дані були зібрані в процесі напівструктурованого інтерв'ю. Логіка вибірки – цільова (цілераціоналізована) або якісна вибірка, тобто було здійснено відбір багатих на інформацію випадків для поглибленого вивчення досліджуваного явища. Було проведено 7 інтерв'ю з експертними інформантами – людьми, які відповідали ознакам та характеристикам, які були важливі для дослідження предмета. Найважливішим критерієм для відбору була наявність в інформантів ґрунтовних знань стосовно функціонування інформаційно-комунікативних технологій, досвід практичної роботи та/або аналізу в темі використання новітніх інформаційних технологій. Ще однією важливою характеристикою для експертів була безпосередня взаємодія зі студентами українських ЗВО, адже предмет дослідження стосується саме цієї категорії населення. Тому в цьому дослідженні експерт – це комплексна особистість, що поєднує в собі ролі науковця-аналітика, практика і викладача. Таким чином, в коло експертів першого етапу емпіричного дослідження увійшли науковці у галузях соціології, політології, журналістики, викладачі з різних ЗВО України, зокрема зі Львова, Луцька, Івано-Франківська. Кількість експертів зумовлена принципом насиченості інформації в інтерв'ю. Середня тривалість інтерв'ю – 1 година 27 хвилин.

В процесі концептуалізації під час первинного аналізу отриманих транскрибованих текстів здійснено процедуру кодування, в результаті якої ми вийшли на певні концепти. Аналіз текстів інформантів здійснювався у декілька етапів. На першому етапі кодування ми виділяли певні епізоди з транскрипту інтерв'ю (секвенції) і давали їм назви – коди. Крім цього ми здійснили щільний опис цих епізодів, використовуючи описово-соціологічну

схему – проаналізували факти, події, контекст і суб'єктивне ставлення інформантів до цих подій. На другому етапі ми, керуючись принципом подібності, об'єднали секвенції в категорії. На третьому етапі ми розробили категоріальний формуляр (Додаток 3), в якому дали характеристику виділеним нами категоріям. Наступним кроком було виокремлення субкатегорій, з подальшим їхнім подрібненням на коди (Додаток 4). Субкатегорії та окремі коди до них – це ті елементи, у яких специфікується сформована нами категорія .

Розглянемо детальніше виокремлені в ході аналізу текстів інтерв'ю категорії. Додамо, що для аргументації виокремлених категорій, субкатегорій та кодів будемо використовувати лише найвлучніші цитати опитаних експертів (Додаток 2).

Перша категорія під назвою «**Критерії для типології інтернет-поведінки**» об'єднує в собі характеристики, за допомогою яких експерти класифікують інтернет-поведінку.

Вказуючи критерієм інтернет-поведінки частоту її проявів, експерти називали три форми поведінки – активну, пасивну і нейтральну (середньої активності): *«…Я знаю активну, пасивну і поведінку, яка нейтральна.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 4-5); *«Тут я б характеризувала користувачів за залученістю, тобто наскільки активно люди користуються взагалі ресурсами інтернету»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.5-7).

Іншим критерієм для типології інтернет-поведінки з точки зору експертів є приналежність користувачів до певної віртуальної групи, в рамках якої вони можуть проявляти або не проявляти якісь поведінкові акти: «*…але можу сказати які є користувачі – є пасивні і активні користувачі. Якщо говорити про соцмережі і віртуальні спільноти (те що я досліджувала), я розділяла користувачів на те, що вони є залучені в спільноті, але вони є активні тоді, коли вони щось коментують, поширюють, лайкають і неактивні, коли вони взагалі нічого не роблять, щось для себе почитають, ніби є задіяні в тій*

тематиці, але вони не показують своєї приналежності до тої чи іншої спільноти» (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 4-11).

Ще одним способом класифікації інтернет-поведінки експертами є функціональний підхід, в основі якого лежить основна мета використання користувачами інтернету: *«Напевне що за функціональним підходом – для чого вони цим користуються. По-перше, для отримання якоїсь розрядки емоційної, якісь розважальні речі. Друге – це для отримання якоїсь інформації, новин…. Тут новини, які я розумію, як людина, яка досліджує новини і те, що розуміють особливо молоді люди під новинами – це зовсім різні речі. Це стосується більше тематичних моментів. Те що можна сказати і про соціалізацію, тобто бути в курсі того, що відбувається зі своїми друзями, однолітками, кумирами і безпосередньо спілкування.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.7-14).

Остання згадана експертами ознака для типології інтернет-поведінки – це критерій продукування контенту, тобто що є результатом інтернет-поведінки: чи це просте споживання контенту, чи це творення контенту: «*…, умовно можна поділити інтернет-поведінку на два основних типи – це пасивна і активна….Пасивний – це користувач інтернету, який переважно є споживачем чогось: контенту, інформації і не важливо в якому форматі. … Є активна інтернет-поведінка. … Це люди, які створюють цей контент, тобто вони додають до існуючого масиву інформації в інтернеті якісь свої елементи.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 6-14).

Отже, фактично для усіх критеріїв експерти визначають активну та пасивну форми інтернет-поведінки. Це свідчить про те, що ці форми інтернет-поведінки не можуть бути виміряні в одній площині, вони є багатовимірними. Подальша інтерпретація інших категорій та поглиблений аналіз розуміння експертами соціально-політичної інтернет-поведінки дозволить розкрити сутність цих форм саме у багатовимірному аспекті.

Засадничим для нашого аналізу є саме поняття «соціально-політична інтернет-поведінка», тому нас цікавило те, як експерти його трактують. Для

цього було виділено категорію **«Визначення соціально-політичної інтернет-поведінки»**, яка розкривається в 4 субкатегоріях. В першу чергу експерти наголошували на соціально-політичній спрямованості інтернет-поведінки: *«…вона має соціально-політичні підтексти і теми»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р.13); *«Це поведінка, яка стосується питань соціальних чи політичних…»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.16-17). Експерти наголошували і на відмінності соціально-політичної інтернет-поведінки від громадянської поведінки: *«Суто соціально-політична – це так, як я себе веду в суспільстві, а громадянська – це наскільки я можу проявити себе в цьому суспільстві»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.31-33).

Отже, на думку експертів, громадянська участь є способом вираження соціально-політичної інтернет-поведінки. Громадянська участь охоплює питання і проблеми, пов'язані з громадянською тематикою, а соціально-політична поведінка не обмежена контекстом окремого суспільства чи держави, а може стосуватися загальнолюдських соціальних проблем.

Експерти також відзначили дуже важливу характеристику соціально-політичної інтернет-поведінки, яка розглядається в рамках субкатегорії «Політичний вимір поведінки», де чітко проводяться межі особистісної, соціальної та політичної поведінки і за яких умов особистісна поведінка онлайн набуває політичного характеру та може мати вплив на соціально-політичні процеси в суспільстві: *«Якщо для людини є важливим позиція там, умовно, якийсь конфлікт, який стався з забудовником, або сусідом, який займає твоє місце паркувальне, то потрібно подумати чи злобний пост на того сусіда, який є особистим, не несе ніякого соціального контексту, але, по-суті, він є соціальним, оскільки це є взаємодія між людьми в соціумі»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р.73-75)*; «Але якщо брати соціальну частину, складову то навіть оцей пост про сусіда можна вважати соціальною поведінкою. Правда ця частинка політична вона там явно не підходить, хоча з іншого боку, якщо говорити про якісь зміни до*

законодавства, пов'язані з штрафуванням паркувальників, то це вже можна віднести в цю категорію» (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р.81-85-75).

Отже, коли поведінка виходить за рамки особистісної взаємодії кількох індивідів, потенційно може мати вплив на інших людей, тоді ця інтернет-поведінка є соціальною. А коли уже соціальна поведінка індивідів спрямовується на те, щоб регулювати ту чи іншу проблему, сприяти змінам і трансформаціям норм, правил та законів, тоді мова йде про політичну поведінку.

Субкатегорія «Усвідомленість особистого вкладу» означає, що користувачі свідомо включаються у певні соціально-політичні процеси, за допомогою проявів форм інтернет-поведінки. Таким чином люди висловлюють свої думки стосовно тих або інших питань: «*Напевне те, що би всі інтернет-користувачі були соціально та політично свідомі і якщо вони не компетентні в тому чи іншому питання, то щоб вони не засмічували, скажемо так, ефірний час...»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 17-19). «*Соціально-політична активність – це люди, які постійно щось коментують, лайкають, дописують, не залежно від того наскільки їх турбує та тема. Просто в них є своя думка щодо якоїсь позиції, щодо того, що відбулося і вони проявляють так свою інтернет-поведінку»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.7-11).

Зазначимо, що деякі експерти, відповідаючи на пряме запитання щодо визначення соціально-політичної інтернет-поведінки, дещо розмито й узагальнено трактують цей концепт. Їхнє розуміння соціально-політичної інтернет-поведінки дуже нагадує схоже поняття – діяльність, що полягає в цілеспрямованій активності людини. Але деталізуючи різні типи соціально-політичної інтернет-поведінки експерти враховують і бездіяльність як складову такої типології. Таким чином, більш точний опис специфіки такої віртуальної поведінки розглянемо в рамках центральної у нашому дослідженню категорії **«Спектр соціально-політичної інтернет-поведінки».**

Ця категорія об’єднує в собі три важливі субкатегорії, які позначають типи соціально-політичної інтернет-поведінки: активну, пасивну і слактивізм. В ході аналізу транскриптів інтерв’ю, ми виявили, що експерти під час опису названих типів поведінки подібно пояснювали їх за допомогою певних ознак. Це дозволило нам виокремити базові параметри для характеристики усіх рівнів, видів та форм інтернет-поведінки. Цими параметрами є орієнтованість поведінки, її продуктивність та інтенсивність. Зазначені властивості можна прослідкувати ще в рамках категорії «Критерії типології інтернет-поведінки», коли експерти розглядали активну, пасивну та нейтральну поведінку в контексті різник класифікацій.

Розглянемо думки експертів щодо активної, пасивної соціально-політичної інтернет-поведінки та слактивізму окремо. Кожну форму будемо описувати за допомогою виокремлених параметрів.

Розпочнемо з активної соціально-політичної інтернет-поведінки. Першим параметром для її аналізу є орієнтованість поведінки.

Орієнтованість поведінки на соціальну проблему – це вимір цілей інтернет-поведінки, аналіз того, чи ставить за мету собі користувач бути включеним в процес регулювання конкретної соціальної проблеми, а якщо і ставить, то яким є напрямок цієї мети. У зв’язку з цим соціально-політична інтернет-поведінка буде мати градації орієнтованості – цілеспрямована та нецілеспрямована поведінка, яка, своєю чергою, може бути направлена або на регулювання соціальної проблеми, або на її поглиблення.

Цілеспрямована поведінка – це ситуація, коли користувач має чітко виражені соціально-політичні цілі використання інтернет-технологій, які можуть полягати у:

- цілеспрямованому пошуку інформації: *«Ця людина має володіти інформацією, має цікавитися тим, що відбувається в світі, що відбувається в країні, зокрема»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.127-129);

- цілеспрямованому висвітленні думки: *«…бажання висловлювати свою думку, зацікавленість в тій чи іншій темі…»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.104-105);
- для впливу на аудиторію: «*…причиною інтернет-активності є бажання людей переконати інших у правильності їхньої думки»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р.245-246);
- бажанні регулювати за допомогою певних інтернет-технологій або спеціально створених для цього інструментів е-демократії певну проблему, яка не стосується самого користувача, але зачіпає його цінності: «*…бажанням сприяти вирішенню якоїсь проблеми або, наприклад, поширенню інформації правдивої» »* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р.20-21);
- розв'язанні проблеми, яка безпосередньо зачіпає користувача: «*…ті люди щось висловлюють, вони тоді щось пишуть, якісь петиції… тобто воно на них безпосередньо якось впливає*» (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.14-15);
- наявності політичної мети: «*Протестна поведінка, організована в інтернеті це 100% активізм, тому що має певну мету. Мене ще дуже приваблює слово «організована*» (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.110-111).

Цілеспрямована поведінка, своєю чергою, може мати певні відтінки. Експерти визначають ще конструктивні та деструктивні форми соціально-політичної інтернет-поведінки. **Цілеспрямована активна інтернет-поведінка, орієнтована на регулювання соціальної проблеми** – це соціально-політична інтернет-поведінка, яка сприяє регулюванню проблеми та, у результаті, розвитку суспільства. Коли людина безпосередньо бере участь у розв'язанні соціально-політичних проблем, то вона не може мати **мотиву зиску:** «*Це має значення, бо, по-перше, ти не зможеш заробляти на політичній активності і, по-друге, якщо ти є фінансово незалежний, то ти розумієш, що для того треба, щоб бути фінансово незалежним.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 474-477)*;* її думка має бути

аргументована і верифікована: «*Дуже часто люди (або їм нав'язують, або вони самі таким чином сформували такі позиції) без підготовчого етапу мають ставлення до якоїсь політичної події чи просто події в громадському житті, але вони не читали інформації на цю тему, вони не читали аналітики, вони навіть не до кінця знають, що відбулося, але вже мають цілу купу думок з цього приводу. І вони готові брати участь в батлах в інтернеті і в соцмережах. На мою думку, ця поведінка є невідповідальною.*» (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 83-89); *«коли ми говоримо про виявлення фейків, медіаграмотність і так далі.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.59-360).

Активна соціально-політична інтернет-поведінка націлена на поглиблення проблеми – це цілеспрямована активна діяльність, яка не просто не допомагає регулювати проблему, але й ще більше її загострює і негативно впливає на розвиток суспільства, стримує його темпи. З названих експертами, сюди можна зарахувати насамперед використання з маніпулятивною метою політично мотивованих комунікативних технологій: **пропаганда, чорний ПР**: *«Той, хто є активний в інтернеті не завжди є чесний перед аудиторією, бо він хоче показати, що от не слухайте от цих, а слухайте нас, ми праві.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р.285-287)*;* **боти**: *«…у нас є проплачені боти, це в негативному плані, але це люди, які отримають за це кошти. Це можуть бути як просто винагорода або вже вмотивована дія користувача.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 157-161). Варто звернути увагу на той факт, що використання означених соціально-політичних інтернет-технологій не завжди може бути направлене на шкоду. У цих прикладах експерти виокремлюючи негативний аспект інтернет-поведінки для наочності називали саме такі технології, до яких ще можна зарахувати й інші схожі практики: хакерство, тролінг чи хейт-спіч. Однак, за інших умов (наприклад в час війни) активні прояви такої поведінки можуть приносити й користь - хактивізм, контрпропаганда тощо.

Нецілеспрямована соціально-політична інтернет-поведінка означає, що студентська молодь проявляє активність не у соціально-політичній темі, але така діяльність проявляється в рамках соціально-політичної інтернет-технології в більшій або меншій мірі. Тобто соціально-політичний аспект грає другорядну роль під час активної поведінки користувача.

Експерти зазначали, що студентська молодь переважно проявляє активність не у соціально-політичній темі, а задля:

- розваги: *«Сучасна молодь більше націлена на розважальний контент, ніж на суспільно-політичний.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 108-110)*;*

- заробітку: «*Грошова мотивація для студентів, які в переважній своїй більшості матеріально-залежні від своїх батьків, для них поштовх.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 212-213)*;*

- самопрезентації (самореклама): «*Вони хочуть там виставляти себе, вони хочуть щось показати...*» (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.465).

Як у випадку цілеспрямованої, нецілеспрямована поведінка користувача також може бути орієнтованою на різні цілі. **Нецілеспрямована поведінка, яка може сприяти регулюванню соціальної проблеми** може підтримувати й розвиток суспільства. Наприклад, експерти зазначають про банальну етичну поведінку. Елементарна **етика** поведінки, **тактовність** сприяє налагодженню діалогу: *«Але якщо ми говоримо в позитивному ключі, то звісно треба говорити про тактовність, толерантність, моральність і етику»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.146-147). В цьому випадку показовим прикладом є етичні хакери**,** які можуть шукати слабкі сторони у цифрових інструментах електронної демократії. Їхня поведінка є нецілеспрямованою активністю, оскільки вони можуть працювати задля винагороди, а не для розв’язання проблеми, одначе користь від їхньої діяльності очевидна.

Останньою формою активної соціально-політичної інтернет-поведінки, враховуючи параметр орієнтації, є **активність, яка не є цілеспрямованою, але яка має негативний вплив на регулювання соціальної проблеми.** Наприклад, різні види економічно спрямованого хакерства або піратство, яке опосередковано може мати вплив на цінності громадянського суспільства. Хоча й «пірат» на пряму не взаємодіє з конкретними соціально-політичними проблемами, він просто розповсюджує певний розважальний контент, але при цьому порушує право власності в інтернеті. Так звана «халява» заважає формуванню у користувачів цінності «чесності та справедливої оплати діяльності», а зменшення попиту на ліцензійні матеріали призводить до збитковості такого виробництва і як результат вихід із ринку самого продукту.

Другим параметром для аналізу соціально-політичної інтернет-поведінки є продуктивність. Продуктивність активної інтернет-поведінки – це результати активної діяльності користувача:

- базовий рівень активності – **споживання інформації**, тобто фільтрування алгоритмів і цілеспрямований пошук інформації: «*Далі можна виділити таких, які проявляють активності для пошуку. Тобто інформація не сама на них навалюється…»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.32-34);

➢ рівень **творення контенту** проявляється через:

1) **поширення чужої інформації з власними доповненнями:** «*Є така категорія як просто репост, а є така категорія як доповнений репост. Якщо людина висловлює свою думку, то це може бути як активізм, тобто підтримати позицію і якось дати можливість це поширити.»* (Додаток 2, №3-м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.140-142);

2) **висловлення позиції у власному матеріалі:** *«...ті, які генерують контент, які створюють матеріали, пости.»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.40-41). Тут експерти зазначали, що людина може висловлювати свою думку в рамках сформованого особистого бренду:

2.1.) як блогер: *«От в тебе мільйон підписників, тому як ти сказав, так і треба робити.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 273-274); *«Якщо людина просто розповідає про якийсь продукт – це одна справа...коли включається формування моделей поведінки це може бути соціально-політичною інтернет-поведінкою…»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.66-71);

2.2) як лідер думок: *«Лідер думки може мати набагато менше користувачів. Просто він буде мати своїх прихильників з того чи іншого кола.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 274-275);

2.3) як політичний суб'єкт: *«....у нас досить багато людей, які знаходяться при владі і знаходяться при досить великих посадах, і не мають відповідної підготовки, крім Трускавця, і дозволяють собі висловлюватись в офіційному інтернет-просторі, і це сприймається як якась там офіційна позиція чи офіційна точка зору.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.414-418);

3) **творення контенту задля об'єднання в групи** (штучне – коли користувач приваблює в групи інших, чи природне – однодумці самостійно об'єднуються): *«По-перше, якщо вам цікаво, по-друге, ви сформували свої погляди на якусь позицію, ви можете їх адекватно сформулювати і відстоювати, і не обов'язково, щоб вони були правильні, ви все-одно можете їх сформулювати і відстоювати, і наступний крок – це шукати собі однодумців.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 106-109)*;*

3.1) **задля обговорення дотичних тем в групі**: *«....можна казати і про приналежність до якихось груп, коли є в соціальних мережах групи, об'єднання і люди можуть до них долучатися, і там обговорювати якісь питання і теми.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.57-59)*;*

3.2) **задля адміністрування групи** (створення групи за інтересом, а не для роботи): *«Якщо є, умовно кажучи, група любителів котиків і там є*

адміністратор, то людина: а) дуже любить котиків і б) має базове уявлення як працювати в інтернеті, розуміє як працює адміністратор і в якій соціальній мережі. З великою ймовірністю, я думаю, що вона буде захищати своїх котиків у своєму районі.» (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 527-531).

Останньою ознакою для аналізу соціально-політичної інтернет-поведінки є **інтенсивність**, яка в контексті активності означає, що ця поведінка є, по-перше, багаторазовою: *«Щоб проявляти активну поведінку, яка ще й буде такою пропагандистською, агітаційному в хорошому сенсі, вона повинна бути масовою, це неможливо зробити раз.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 361-363); по-друге, довготривалою: *«Є в нас групи людей, які живуть в інтернеті щогодини, ті які абсолютно переглядають стрічку і вони в курсі всіх подій. Відповідно їхню реакцію на ті чи інші події ми бачимо щодень, щохвилини, щогодини.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.56-58).

Наступною субкатегорією для спектрів соціально-політичної інтернет-поведінки є **«Слактивізм»**. Варто зауважити, що деякі експерти спочатку не називали цього терміну, одначе вони використовували поняття «нейтральна поведінка», «поведінка середньої активності» тощо, що вказує на необхідність проміжного варіанту поведінки між активністю та пасивністю. Важливо також підкреслити, що ставлення до слактивізму як до серединної форми інтернет-поведінки в експертів неоднозначне. Так, думки експертів розділилися на два табори: ті хто вважає слактивізм нейтральною, середньою формою поведінки (*«...слактивізм, то це мається на увазі нейтральний тип користувача.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 96-97)), та ті, хто схиляються до думки, що слактивізм – це більше про пасивність («*Цей термін я би не визначала серединою між активністю та пасивністю. Для мене він лежить в іншій площині. Це ніби скоріше пасивна поведінка»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.45-47)).

За аналогією з активністю, для слактивізму також спочатку розглянемо орієнтованість користувачів в рамках цієї форми соціально-політичної інтернет-поведінки.

Цілеспрямований слактивізм означає діяльність користувачів у ситуації, коли соціальна проблема може його стосуватися або з певних причин його хвилювати, але проявляти складніші акти поведінки людина не може через відсутність, наприклад, певних ресурсів. При аналізі думок експертів щодо слактивізму було виявлено дві форми цілеспрямованого слактивізму:

1. Усвідомлений слактивізм, коли користувач через певні обставини (наприклад, брак часу) виявляє нескладні акти поведінки, при цьому розуміючи їхню невелику вагу. В цьому випадку присутня ілюзія причетності до розв'язання соціально-політичних питань, тобто користувач нескладними діями в інтернеті ніби заспокоює свою совість: «*Це суто для свого заспокоєння, що ніби то я беру участь у важливих справах своєї країни чи свого міста.*» (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.108-110).

2. Неусвідомлений слактивізм – користувач через певні об'єктивні (наприклад, брак знань) чи суб'єктивні (наприклад, психологічні бар’єри) причини не усвідомлює, що його поведінка є малоефективна: *«…вони щиро в це вірять, щиро вірять, що вони вчаться в інтернеті. Це, тому що вони не усвідомлюють цього до кінця»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 522-523).

Нецілеспрямований слактивізм – це ситуація, коли користувач проявляє нескладні акти поведінки, які не були в першу чергу орієнтовані на вирішення соціально-політичної проблеми. Поведінка користувача може бути спричинена такими факторами:

- поведінка на прохання: *«Те що інший за проханням когось проголосував, я вважає є прикладом слактивістської поведінки, тільки через те, що виконав це на чиєсь прохання....»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 138-140)*;*

- через красивий контент: *«...є такі, які, в залежності від того подобається чи не подобається, тоді вони й проявляють свою дію по відношенню до інформації.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.63-64);

- вплив авторитету: *«...можуть ставити вподобайку тільки через те, що є повага до певної людини, яка розповсюдила цю інформацію. Це абсолютно не означає, що вона підтримує ту позицію, яка проявляється.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.13-16);

- через солідарність: *«...насправді те, що люди лайкають, то на це може впливати, наприклад, хто це поширив. Якщо це моя коліжанка або друг, то я це зроблю з відчуття солідарності.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 150-152)*;*

- через афіліацію: *«це можуть бути і практики наслідування, тобто бути як всі, не відрізнятися, орієнтованість на масовість.»* (Додаток 2, №3-м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.208-210)*;*

- поведінка заради поведінки а) щоб нагадати про себе: *«Нещодавно побачила таку фразу в інтернеті: «Якщо ви хочете нагадати про себе, то поставте вподобайку під якоюсь там фотографією». Тобто для того, щоб нагадати про себе.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.21-22)*;* б) поведінка без всякої мети: *«..коли людина просто фотографує все, що бачить, не маючи якоїсь чіткої концепції, не розуміючи з якою метою вона створює цей контент, навіщо вона поширює, кому вона поширює, не розуміє що є посилом комунікації, кому це повідомлення адресоване і з якою метою. Якусь взаємодію людина здійснює з контентом, але без конкретної мети. Відсутність мети тут напевне є ключовою відмінністю.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.92-98);

Окрім названих експертами типів нецілеспрямованої поведінки, сюди також можна зарахувати і фактор отримання зиску (розіграші у коментарях та через репости) та поведінку розважального характеру.

Інтенсивність та продуктивність у слактивізмі є об'єднаними параметрами, оскільки продуктивність напряму залежить від інтенсивності – частій і систематичній поведінці буде притаманна більша продуктивність (окрім базового рівня продуктивності – споживання інформації). Слактивізм, на відмінну від активності, буде характеризуватися нижчим рівнем інтенсивності та продуктивності поведінки в інтернеті.

Зважаючи на розповіді експертів, ми виявили, що у слактивізмі при одноразових проявах поведінки (при низькій інтенсивності поведінки) виникають дві форми поведінки: **одноразовий слактивізм з нульовим ефектом**, який означає, що під час окремої інформаційної кампанії щодо певних соціальних проблем користувач може здійснити одноразовий акт поведінки, який ніяк не вплине на соціальну проблему (що наближає його до пасивної поведінки): *«…залишаються далеко від, скажімо так, максимально можливих засобів, коли ми можемо використовувати інтернет і всі можливі платформи в соціальному і соціально-політичному житті і це мало великий ефект.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 103-106)*;* **одноразовий слактивізм з наявним ефектом**, або ж кількісний слактивізм, який полягає у тому, що подекуди масштабність такої поведінки може мати вплив на певні процеси в суспільстві. Тут мова йде про кількісний вплив слактивістів на проблему – нескладні одноразові дії великого масиву користувачів щодо певної соціально-політичної проблеми привертають увагу до цієї проблеми й можуть спричинити реальні наслідки для об'єкта чи суб'єкта соціальної проблеми. Прикладом такого процесу може виступати явище кенселінгу: *«Мені здається, що ця слактивна поведінка, типу лайкнути щось чи від когось відписатися в плані культури відміни – це взагалі огого і на заході взагалі шум піднімається.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 347-349). В цьому випадку не можна стверджувати про групоутворення як в активній СПІП, адже тоді має фіксуватися групова ідентифікація, висока інтенсивність поведінки учасників та довготривалість існування групи, що дозволяє користувачам брати участь у регулюванні

більше однієї проблеми. Кількісний слактивізм – це інша ситуація, адже ті ж самі користувачі стосовно нової проблеми можуть проявити зовсім протилежну поведінку.

Слактивізм з нульовим ефектом також притаманний і багаторазовій поведінці, тобто слактивіст інтенсивно реагує на певні соціальні проблеми нескладними актами поведінки, але ці акти є безрезультатні для цієї проблеми (видимість активної поведінки): *«Вони можуть щось постити, але ключова їхня активність – це те, що вони читають новини і дивляться що там відбувається.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.23-25).

На противагу кількісному слактивізму можна визначити і якісний – **багаторазова поведінка з наявним ефектом**. Це перехідний стан, під час якого відбувається якісна зміна поведінки слактивіста, тобто багаторазові акти нескладної соціально-політичної інтернет-поведінки є перехідним етапом до активності. Але такий хід речей відбувається за певних умов:

- коли у користувачів може з'являється відчуття групи: *«Але оці от штучки на аватарках дозволили відчути, що ти не один такий, а вас ще таких є трохи. І це добре. Є відчуття такої соціальної групи.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 340-342)*;*
- з'являється відчуття ефективності поведінки: *«…перехід від власне слактивізму до активності він можливий доволі швидко у випадку коли слактивіст, людина побачить прямий результат і наслідок своїх дій*» (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 158-159).

Розглянемо тепер останню форму соціально-політичної інтернет-поведінки – пасивність. За укладеною спочатку логікою розпочинаємо опис з параметра орієнтованості інтернет-поведінки. Практики пасивної соціально-політичної інтернет-поведінки теж поділяються на цілеспрямовані та нецілеспрямовані. **Цілеспрямована пасивність** означає, що користувач, по-перше, свідомо відсіює і блокує соціально-політичну інформацію: «*…пасивність користувачів інтернету в плані політичному – це також*

поведінка. Це їхній вибір так себе поводити в інтернеті, уникати цих тем. Це також вибір.» (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 54-56), і, по-друге, користувач, коли бачить заклик до дій, свідомо ігнорує його: *«...ніяк не будуть реагувати, вони можуть прочитати щось, навіть коли їх згадали, вони можуть просто проігнорувати...»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.21-22).

Нецілеспрямована пасивність – користувач читає лише ту інформацію, яку підкидають алгоритми соціальних мереж і ніяк її не фільтрує, а тому вона є дуже різнобарвною, хаотичною, не впорядкованою: *«Пасивний – це напевне людина, яка керується суто рекомендаціями алгоритмів, не підбираючи контенту за якимись своїми критеріями.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.75-77). Також це може бути пасивне споживання, наприклад, розважального контенту: «*…бути пасивним означає мало бути присутнім в соцмережах або на інших інтернет-платформах, не показувати ніякої зворотної реакції, не демонструвати ніяк свою громадянську позицію, не брати участь в обговореннях, не дискутувати, навіть не залишати коментарі і загалом просто займатися розважальним контентом як споглядач»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 87-92).

Інтенсивність пасивної соціально-політичної інтернет-поведінки, враховуючи інформацію експертів, розділили на дві форми: пасивна присутність в інтернеті: *«...пасивними є ті споживачі, які мінімально взаємодіють з цим контентом, тобто або жодним чином там не лайкають, не пишуть жодних коментарів і не продукують жодного контенту.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.79-81) і відсутність в інтернеті взагалі: *«Це може бути абсолютно пасивна поведінка, тобто її абсолютна відсутність…»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.25-26).

За логікою теорії структуралістського конструктивізму П. Бурдьє, яка є в основі нашого дослідження, наступними пунктами для опису особливостей

форм соціально-політичної інтернет-поведінки є те, що спричиняє ту чи іншу онлайн-поведінку, зокрема, в термінах П. Бурдьє – це наявність диспозицій, капіталу та приналежність до певного середовища.

Для початку розглянемо категорію в рамках нашої концептуалізації під назвою **«Диспозиції користувача для прояву соціально-політичної інтернет-поведінки».** Ця категорія описує низку особистісних характеристик, крізь призму яких, в уявленнях експертів, людина сприймає соціальну реальність і проєктує та виявляє певним чином соціально-політичну інтернет-поведінку. Детальніше цю категорію описують п’ять субкатегорій: «Психологічні чинники», «Риси характеру», «Політична позиція користувача», «Мотивація» та «Цінності».

Субкатегорія **«Психологічні чинники»** позначає, те як експерти окреслюють вплив певних психологічних особливостей особистості на соціально-політичну інтернет-поведінку студентства. Названі експертами психологічні чинники можуть здійснювати прямий вплив на соціально-політичну інтернет-поведінку, а можуть і опосередковано впливати через роль у формуванні, наприклад, особистісних рис людини. Експерти надавали значенню таким психологічним характеристикам:

- **тип особистості** (екстравертність, інтравертність). За словами експертів, активним користувачам буде більшою мірою притаманний екстравертний тип особистості: *«Екстраверти будуть звісно проявляти більш активну поведінку, бо їм легше виступати на публіку, їм легше давати інтерв’ю під час якоїсь акції, легше організувати цю акцію. Інтроверт може прийти так для масовочки, він не піде давати ніяке інтерв’ю, він не буде кричати слоган чи підбурювати ще людей.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 124-128); Слактивізм і пасивність у проявах соціально-політичної інтернет-поведінки будуть притаманні інтровертам: *«Слактивістом може бути і інтроверт… Інтроверти ж будуть або пасивні, або трішки проявляти себе до слактивізму.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 180-182)*; «Пасивна соціально-*

політична інтернет-поведінка більш притаманна інтровертам.» (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.198-199);

▪ **локус контролю** (інтернальна, екстернальна), тобто чи бере людина на себе відповідальність за поразки, проблеми, перемоги тощо, чи звинувачує у цьому інших. Експерти припускають, що, людина, яка усю відповідальність бере на себе (є інтерналом), буде активнішою, за ту, яка буде залежати від зовнішніх обставин (є екстерналом): *«Ще питання локус-контролю, коли людина є інтернальна вона мала б бути більш активною, хоча це гіпотеза, треба перевіряти. Екстернальна – людина думає, що її життя залежить від зовнішніх обставин.»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.110-113).

▪ **рівень самооцінки.** За припущеннями експертів, чим вища в людини самооцінка або рівень впевненості у собі, тим вищий рівень активності вона буде проявляти: *«Самооцінка, тому що це може бути або завищена, або занижена, що може бути важливою складовою того як людина поводиться в соціальних мережах.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.170-172);

▪ **страх критики** з боку інших користувачів, за словами експертів, буде спричиняти слактивізм і пасивність: *«Якщо говорити про організації подій, то зрозуміло, що пасивний користувач чи слактивіст цього не зробить, бо він буде боятись думки інших людей, це буде якось не для нього...»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 85-87)*;*

▪ наявність у користувача психологічних **комплексів** може спричиняти пасивність у проявах соціально-політичної інтернет-поведінки: *«Звісно, що вони є пасивними, бо вони не хочуть привертати зайвої уваги до себе. Може бути комплекс меншовартості.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.203-204);

▪ **упередження**. Експерти часто визначали наявність негативних упереджень у користувачів стосовно політики, які детермінують саме пасивність: *«Перша – це чорна мітка на політичній темі. Це велика проблема,*

яка відбивається і на інтернет, і поза інтернетом.» (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 670-671). Експерти також виокремлювали роль упередженого ставлення інших людей до користувачів та сприйняття цього ставлення цим користувачем. Так, думка про те, що користувач, працюючи в не дотичній до обговорюваної проблеми сфері, буде упереджено сприйнятий громадськістю, може забезпечувати його пасивну поведінку онлайн: *«Тому, що якщо щось вони напишуть, а їм скажуть: «А ти хто? Ти там салати в Сільпо нарізаєш, ну то сиди там, що ти взагалі знаєш?». Відповідно такий статус теж може впливати на пасивність.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.336-338);

▪ **компенсація дефіциту інтернет-споживання** означає, що, перебуваючи у середовищі з достатніми ресурсами, людина проявляє активність, щоб заповнити дефіцит у користуванні інтернетом, який виникав у неї раніше, що може призвести навіть до деструктивної активності: *«Якщо, наприклад, студент жив з батьками і його контролювали можливо, може був один ноутбук на двох-трьох людей, він десь себе обмежував, то коли він вже йде від батьків, він вже приїжджає в університет і тут вже в гуртожитку він має доступ до інтернету на якийсь ресурс, і має вихід один на один, то він стає активним. Деколи, на жаль, така активність не є в хорошу сторону, деколи вона може мати негативні наслідки.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.246-252).

«Риси характеру» як психологічні чинники окреслюємо окремою субкатегорією, адже в ній міститься інформація про низку рис характеру, які, в сукупності з іншими факторами, можуть формувати той чи інший тип соціально-політичної інтернет-поведінки. Ці риси ми розділили на класи, а також за тим, щоб можна було зрозуміти як рівень володіння людиною цими рисами зіставляються з формами її соціально-політичної інтернет-поведінки.

До першого класу (Риси для активності) відносимо ті, у яких вищий рівень володіння сприяє підвищенню активності, і навпаки, нижчий рівень –

зумовлює слактивізм або пасивність користувача. До таких ми відносимо названі експертами риси:

- **Доброта**. *«Ну, навіть не знаю, можливо десь і якась доброта має бути. Якщо ми говоримо, наприклад, волонтерство (у вас там було в питанні), то напевне це має бути людина добра.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.133-135).

- **Альтруїзм:** «Інші *люди, які є, наприклад, альтруїсти і вони вбачають в соціально-політичній інтернет-активності користь для інших. Тобто вони вважають, що коли, наприклад, вони публікують якусь інформацію або пишуть в пості, то вони займаються просвітленням, доносять до людей інформацію.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 234-238).

- **Відповідальність:** *«…мати в принципі розуміння, що я на щось впливаю, бажання брати на себе відповідальність і усвідомлення того, що таке відповідальність взагалі.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.180-181).

- **Сміливість** насамперед у висловленні думки: *«З іншого боку є чимало досліджень, які показують, що люди онлайн є більш сміливіші. От якраз це причина хейтів, тобто, те, що люди б ніколи не сказали в очі один одному, вони це говорять в соціальних мережах, тому що це якась абстрактна не конкретизована постать. Можливо онлайн люди будуть проявляти більше активності.»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.164-168).

- **Патріотизм**: «*Тобто люди з патріотичною позицією напевне більше проактивні, але це можу бути так, що я патріот в душі і я лайкаю все, що мені подобається і все, що відповідає моїм поглядам. Більшою мірою так, ніж ні.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.233-236).

- **Комунікабельність**: *«Тобто це має робити людина більш комунікабельна, з досвідом до підбурювання, активіст ще з садка, як то*

кажуть (сміється).» (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 128-129).

- **Емпатійність: «***…коли тобі шкода когось. Це такі особисті риси, які змушують співчувати комусь, бажання допомогти…»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.187-188).

- **Лідерство**: «*Наприклад, я часто зустрічала, коли люди, які просто в житті мають більше лідерського авторитету і вони видно, що не бояться говорити від імені когось, не бояться виступати, не бояться протестувати, тобто говорити людям, які при владі, що вони з ними не згодні.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 419-423)*; «Щодо слактивізму, то це більше напевне про таку масову частину користувачів, які не мають чітко виражених лідерських регалій, скажімо так»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.318-320).

Другим класом (Риси для пасивності) є риси, високий рівень володіння якими може розвивати слактивізм або пасивність. До них відносимо названі експертами:

- **Лінь,** яку експерти зазначали притаманною саме слактивістам: *«Slacker» - це як лінтюх.»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.45).

- **Байдужість** в розумінні експертів проявляється у різних формах: по-перше, у формі відстороненості, коли користувач вважає, що соціально-політичні процеси його не стосуються: *«Перше, що я б виділяла – це суспільно-політичну чи громадянську відстороненість молоді.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.460-461)*;* по-друге, коли у користувача немає зацікавленості: *«На мою думку, пасивна СППП – це коли людина взагалі навіть не цікавиться…»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 132-133).

Третій клас (Амбівалентні риси) означає, що риси в однаковій мірі можуть брати участь у формуванні різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки:

- **Скептицизм**, бо, з одного боку, люди можуть не вірити в те, що їхня поведінка може мати якийсь ефект і відповідно нічого не робитимуть, а з іншого боку, ці люди можуть бути скептично налаштованими відносно дій інших, що може провокувати їх на активну критику: *«Це, до речі, скептицизм. Це напевне люди, які схильні більше все критикувати і скептично до всього ставитись.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.163-165).

- **Егоїзм** з одного боку може розумітися як те, що людина не зважає на інших людей і дбає лише про особисте благо, але з іншого боку, людина, яка хоче виглядати в очах інших краще і тим самим отримувати від цього задоволення, може проявляти активні дії для формування і підтримання цього образу: *«Друга – можливо десь егоїзм. Або нарцисизм навіть. Людина себе дуже любить і вона хоче себе якось показати в якомусь ключі.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.165-167).

Субкатегорія **«Політична позиція користувача»** позначає визначення експертами наявності чи відсутності сформованої політичної позиції у студентства та яку це грає роль у проявах форм соціально-політичної інтернет-поведінки: *«Підтримка чи не підтримка якоїсь соціально-політичної діяльності чи групи, політичної партії чи громадської організації. Якщо людина не є політично чи соціально активна, то вона нічого не буде робити, щоб якось впливати на цю реалізацію.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 113-116).

Важливою субкатегорією є «Мотивація», яку експерти дуже активно обговорювали. Найперше вони робили припущення, щодо того яким рівнем вмотивованості має володіти студент для проявів конкретних форм соціально-політичної інтернет-поведінки – для активної поведінки рівень мотивації має бути високим, для слактивізму – середній, для пасивності – низький чи відсутність мотивації взагалі: *«Якщо Ви запитуєте про рівень, то напевне, аби реалізовувати активну соціально-політичну інтернет-поведінку має бути високий рівень вмотивованості, тобто чим більший рівень вмотивованості,*

тим більша поведінка і навпаки.» (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.122-125);

Далі експерти називали те, що може мотивувати студентів до поведінки:

- **СППП як потреба** – для когось проявляти соціальну-політичну поведінку є частиною особистісних потреб: *«Тоді стає потрібною соціально-політична інтернет-поведінка, бо ти знаєш, що завдяки їй ти можеш вплинути на досягнення цих цінностей. Твої базові потреби закриті і ти робиш все, щоб закрити цей рівень через швидші і простіші методи, тобто онлайн-запис до лікаря, онлайн-запис в якусь державну структуру, податкову, страхову і так далі. Плюс ти це все можеш зробити не виходячи з дому, без додаткових коштів, блатів, знайомств, що дозволяє права всіх урівняти.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 382-388).

- **Конструювання образу** – соціально-політична інтернет-поведінка є складовою образу користувача: «*Люди в інтернеті формують образ і оцей образ впливає так, що він може зробити цю соціально-політичну інтернет-поведінку дуже активною, що найчастіше і стається.*» (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 468-470).

- **Бажання про себе нагадати:** *«Коли ми говоримо про слактивну поведінку, тут може й не бути якоїсь мотивації, це просто бажання себе показати, бажання про себе нагадати, чи щось таке. Але конкретного мотиву може і не бути.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.153-156).

- **Бажання бути як усі,** робити те, що й усі: *«Не знаю як це точно назвати, але це можуть бути і практики наслідування, тобто бути як всі, не відрізнятися, орієнтованість на масовість.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.208-210).

- **Бажання афіліації** – бажання бути приналежним до процесів, які відбуваються в суспільстві: *«як на мене, трапляється через те, що людина бажає бути причасною до якоїсь події і під час перегляду може там клікнути*

і вона вже рахує, що долучилась.» (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.9-11).

- **Вплив інтернет-аудиторії,** тобто врахування відгуків, запитів наявної у користувача аудиторії. В цьому випадку експерти враховували два аспекти: 1) Підняття користувачем соціально-політичних питань на запити аудиторії: *«…вона вже бачить себе такою знаменитістю певного масштабу і відчуває потребу в активнішому спілкуванні з аудиторією, відповідати на запитання, щось про себе розказувати, ділитися своїми поглядами на життя і так далі.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.314-317); 2) Отримання підтримки від аудиторії стосовно піднятих користувачем питань: *«Якщо ти з чимось незгодний, ти піднімаєш якусь хвилю і ти бачиш результат, що з тобою погоджуються, тебе підтримують – це тебе мотивує рухатись далі і далі.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.212-214).

- **Використовувати інтернет як додатковий засіб для регулювання проблем**: *«Вони розуміють, яка роль соціальних мереж в сучасному суспільстві і вони знають, що через них можна добитися вирішення деяких проблем і добитися якоїсь цілі, яка в тебе стоїть, але ти можеш це зробити відносно легким способом.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 231-234).

- **Позитивний досвід соціально-політичної інтернет-поведінки** – власний позитивний досвід поведінки, або приклади ефективної поведінки інших користувачів: *«Скажу чесно, що насправді тут нічого не попишеш, крім того, що, мені так здається, мати позитивний досвід політичної діяльності. Причому позитивний в плані результативності. Не позитивний, наприклад, що я там став головою ОТГ і мені дуже сподобалось. Ні, 100% ні. Позитивний в тому плані, що я став і мені вдалося те і те зробити.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 675-680).

Експерти виокремлюють і протилежну до мотиваторів субкатегорію – **демотиватори**, до яких вони зараховували:

• **зневіру** – відсутність віри в те, що можна щось змінити в країні: «*Тобто, найчастіше в пасивних користувачів великий рівень зневіри до реальних результатів соціально-політичної інтернет-активності і саме тому їм важко перейти до наступних рівнів інтернет-користувачів.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 175-178).

• **негативний досвід поведінки:** *«Щодо минулого досвіду, то ті, хто був дуже активним, щось дописував і отримав дуже багато хейтерства, дуже багато критики. Все, вони вже бояться і вони вже будуть більше пасивними.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.207-209).

Останньою складовою диспозицій є **цінності**. Експерти називали цінності, які є важливими переважно для активної соціально-політичної інтернет-поведінки, серед яких:

• **Справедливість:** *«Якщо вона за чесність і за справедливість, її активна поведінка є в природі.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 302-303)*; «Коли ти бачиш якусь суцільну несправедливість, коли ти бачиш, що когось образили…»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.185-186).

• **Повага до закону**: *«Я розумію, що в нас тим великі проблеми, але повага до закону і на ціннісному рівні і на рівні практик також виражається.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 310-311).

• **Саморозвиток/самореалізація**: *«В першу чергу впливає взагалі спрямованість самої особистості… Вони крім того часто займалися самоосвітою. Вони були активними не тільки в політиці чи політичній сфері, а просто дбали про свій саморозвиток. Ця політична активність була частиною їхнього кругозору.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 218-225).

• **Громадянський обов'язок:** *«…він є патріотом, громадянин своєї держави і він повинен відстоювати конституційні засади. Незнання законів не звільняє тебе від відповідальності, тобто він хоч трішки має*

орієнтуватися в положеннях Конституції України.» (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 146-149).

- **Суспільне благо:** *«Після того моральними, бо ми говорили за суспільне благо, а це моральна частина, коли людина розуміє, що суспільне благо важливе, навіть якоюсь мірою важливіше ніж індивідуальні потреби.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 454-457).
- **Розвиток суспільства:** *«Якщо дивитися з точки зору теорії, в ідеалі активний користувач має володіти такими орієнтаціями, які би призводили до безупинного і поступового розвитку соціуму.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 288-290).
- **Рівність; Незалежність:** *«Справедливість, рівність, бажання незалежності, бажання втримати суверенітет, бажання реалізувати самого себе. Це такі речі, які закладаються з самого початку у маленької дитини, коли ти починаєш її виховувати і говориш, що це добре, а це погано.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.201-204).

Анонімність, зі слів експертів, є цінністю, яка може бути притаманною і, активістам, і слактивістам, і пасивним користувачам**:** *«…припустимо, навіть якщо хороша річ просуваєш, але це хования за різною аватаркою, коли ти можеш своє реальне життя не виставляти і навіть обличчя своє реальне не виставляти, і прізвище давати не своє, ти можеш якимось чином свою внутрішню жовч свою висловити, то відповідно людина не буде знати наскільки ти щирий/нещирий. Рівень активності від такої нереалізованості все більше і більше буде падати і ти з активного користувача стаєш слактивістом.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.222-228).

Категорія **«Ресурси для прояву соціально-політичної інтернет-поведінки»** пояснює те, від яких ресурсів, на думку експертів, залежить прояв різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки. Тут експерти визначили важливість таких ресурсів:

- **Час**: *«Час для того, щоб це робити, бо потрібно витрачати на це невеликий шматок життя.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 360-361).

- **Технічні ресурси** – наявність пристроїв для того, аби мати можливість користуватися інтернетом і проявляти віртуальну поведінку: *«Першими виділимо суто технічні ресурси. Це елементарно телефон сучасної моделі, бо про кнопочні ми уже взагалі не говоримо, хоча частина досить активно ними користується. Це ноути, комп'ютери, тобто технічна сторона.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.300-303).

- **Фінансові ресурси,** куди віднесли матеріальне становище студентства, їх дохід. Варто підкреслити, що фінансові ресурси експертами не називають такими, що корелюють напряму з якимись формами інтернет-поведінки, адже активним може бути і забезпечений, і незабезпечений студент: *«Як на мене тут не прослідковується залежності для інтернет-поведінки, бо, як я вже й казала, в університеті всі мають доступ до інтернету і там здійснювати якусь поведінку. Якщо ми говоримо про те, що треба відвідати мітинг або якщо ти в організації, то вносити якісь членські внески, то зрозуміло, що людина з меншим доходом цього не зможе зробити. Відповідно вона не зможе бути офлайн в тому чи іншому колі. Дуже часто може бути закрита спільнота і також потрібно платити членські внески для того, щоб там бути і якщо в тебе не буде підтримки, наприклад, батьківської для студента, то дохід таки тоді має значення.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 229-232)*; «З іншого боку, є люди, які фінансово дуже добре стоять, але вони не вважають, що вони мають бути політично активними.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 480-481)*; «Якщо важливим є матеріальний дохід, то не факт, що з дорогим гаджетом ти будеш відслідковувати політичні події в житті твоєї країни і брати активну участь в житті своєї держави. Дохід на це вплинути абсолютно не може… Вплинути на реалізацію своєї функції можна це*

зробити і на дешевому гаджеті, можна і на дорогому.» (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.340-352).

- **Освіта** серед ресурсів в розповідях експертів займає особливе місце. Освіту вони визначають дуже важливим і необхідним ресурсом, виокремлюючи специфічні форми освіти та їхню роль у проявах соціально-політичної інтернет-поведінки студентства. Так про **загальну освіту** експерти говорили як про базові знання насамперед для взаємодії зі суспільством, світом, для розуміння елементарних речей, наприклад, того що є добро, а що зло: *«Загальна освіта впливає на загалом розуміння як взаємодіяти зі світом, які можливості в мене є, що є добре, що є погано, ну і в принципі на кого я підписуюсь: чи я стежу суто за рецептами в інстаграмі, що може бути для людини важливо, або я вже підписуюсь на відомих політиків чи інтелектуалів, які щось розказують. Освіта впливає на фільтрування інформації, на вибір того, на що ми звертаємо увагу, ну і на тему, хоча на неї може впливати і просто інтерес.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.343-349)*;* **Цифрова освіта** – це питання цифрових навичок, те чи вміють студенти поводитися або правильно використовувати сучасні технічні та технологічні інновації. Основний висновок, який можна зробити зі слів експертів стосовно цифрової освіти, що студенти є освіченими, причому цифрові навички здобуваються ними стихійно в процесі безпосереднього співіснування з технологіями. Важливість цифрової освіченості для молоді в тому, що вона дуже спрощує життя: *«Цифрова освіченість важлива, але вони переважно уже володіють навичками, наприклад, тою таки «Дією», онлайн платежі. Для них це навіть зручніше користуватися платіжними системами в телефоні, на відмінну від старшого покоління…»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 300-303)*;* **Громадянська освіта** – це той ресурс, який, за словами експертів, найбільше впливає саме на прояви соціально-політичної поведінки онлайн, зокрема громадянська освіченість студентської молоді є запорукою їхньої онлайн-активності: *«Наявність загальної освіти – це базова*

річ, але вона не є запорукою, передумовою реалізації більш активної громадсько-політичної поведінки онлайн. Громадська освіта – так. Теж питання інтенсивності.» (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.182-184)*;*

• **Статус –** становище студента в певному середовищі, яке є ресурсом для прояву різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки. Експерти надавали значенню реальному та віртуальному статусу. **Реальний статус** студента – це положення, яке займає студент у реальному житті, у фізичному світі. Володіння студентом реальним статусом (одружений/заміжня, староста, керівник тощо) за словами експертів, може сприяти формуванню активної соціально-політичної інтернет-поведінки. Тут називалися такі притаманні студентам статуси: **сімейний стан:** «*... якщо ми говоримо про дівчат-студенток, то, наприклад, ті студентки, які є вже одружені і мають дітей, вони є переважно активними, тому що вони зіткнулися з дорослим життям, вони очікують, наприклад, на якусь матеріальну допомогу, вони очікують на те, щоб себе якось знайти, знати потім роботу і так далі. Вони є активнішими ніж ті, наприклад, люди, які не знають»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.308-313)*;* **статус в університеті:** *«Звісно, що в мене всі, наприклад, старости груп є активними. Є активна і соціально-політична інтернет-поведінка і якась така, скажімо, більш внутрішня комунікація. Вони активні. Чому? Тому що, по перше, вони все ж таки мають більше повноважень. Староста більше спілкується з викладачами. В неї більше є контакти. Відповідно, вона почуває себе вільнішою і більше може проявляти свою соціально-політичну інтернет-поведінку.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.270-276)*;* **працевлаштованість:** «*...працевлаштованість – це може сприяти саме активній соціально-політичній інтернет-поведінці.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.330-331)*;* **високий статус в суспільстві (соціальний престиж):** *«З одного боку, якщо людина займає якийсь високий статус офлайн, то вона тоді більш confident, впевнена в собі, в прояві своєї*

активності.» (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.162-164); **статус керівника:** *«Якщо ми говоримо про статус керівника, то поки людина займатиме посаду то це буде важливо. Коли людина піде з посади, то люди уже не будуть на нього так реагувати. Дуже рідко, що коли ти керівник до тебе йдуть як до людини, а не як до керівника. Всі йдуть до твого статусу.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 252-255). У випадку з **віртуальним статусом** експерти зазначали те, чи володіє користувач формальним статусом адміністратора груп або блогера, що змушує його проявляти активність в інтернеті**:** *«Якщо людина перебуває в статусі адміна групи, то можливо тоді вона буде проявляти більш активну поведінку. Якщо говорити про блогерів, то, власне, блогерами стають більш активні користувачі. Це не означає, що серед звичайних користувачів не може бути інших активностей, можливо вони не обрали блогерство як форму висловлення. Очевидно, що ті, які мають більш активний статус – блогер, адмін, то вони проявляють більш активну поведінку.»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.172-178).

- **Соціальні зв'язки –** це ресурс у вигляді знайомств з впливовими людьми, авторитет яких поширюється і на студентів, що дозволяє їм бути більш активними у прояві соціально-політичної інтернет-поведінки: *«Та людина, той студент, який знає, що за ним стоять якісь впливові батьки чи ті, які можуть захистити його в будь-якому випадку, вони є більш розкуті, відкриті і більше проявляють свою соціально-політичну інтернет-поведінку, вони менше бояться. Якщо це людина, яка не має такого походження, не має досвіду, яка може боятися як вплине.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.277-280).

- **Довіра –** це амбівалентний ресурс, який перебуває в діалектичному взаємозв'язку з інтернет-поведінкою. Це означає, що наявність довіри або її відсутність може стимулювати користувача до активності, а може призводити і до його інертності. Експерти зазначили про дві форми довіри: міжособистісна довіра та довіра до інституцій. **Міжособистісна довіра** або недовіра означає

те, наскільки студенти довіряють чи недовіряють своєму ближньому оточенню: *«Однак варто сказати, що соціально-політична інтернет-поведінка переважно стартує з малих проявів. І тут недовіра до влади ще не грає великої ролі. Якщо ми говоримо про вирішення локальних питань, на які прямо не впливає Президент, скажемо так, то довіра до влади не грає ніякої ролі, оскільки тут ідеться чисто про те, як тебе сприймуть люди з твого оточення, близького кола.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 342-347); **Довіра інституціям** – це довіра чи недовіра конкретним державним і/або недержавним структурам. Експерти тут говорили про такі інституції: **(не)довіру до влади**: «*Я розумію, що коли йдеться про таку реальну соціально-політичну поведінку державотворчу, ту ж е-демократію, то тоді недовіра до влади виходить на перше місце. І що б ти не писав, люди, які взагалі не довіряють тим хто при владі, ні тим хто прийде після них, ніяк не реагуватимуть.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 347-351)*;* **(не)довіру до ЗМІ**: *«…коли людина стикається з тим, що вона сама поставила під сумнів те, що вона однозначно знає, що це неправда. Коли вона чим більше зустрічає оцієї такої недостовірної інформації, тим менше вона довіряє ЗМІ»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.284-287)*;* **(не)довіра до е-демократії**: *«Ті самі електронні урни, електронне голосування, електронний вибір, електронні паспорти. Це те, що може спростити життя населення, але тільки в тому випадку якщо рівень довіри до інструментів цієї інформаційної демократії є досить високим. Для нашої країни це поки що така абстрактна річ…»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач, р.449-453)*;* **(не)довіру кібербезпеці**: *«В той же час – це може бути така закритість, недовіра технологіям і це не обов'язково через незнання того як це працює, а навпаки через те, що людина чудово знає як це працює...»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.240-243).

- **Популярність** – це, з одного боку, використання ресурсів публічності, відомості людини для привернення уваги в мережі до соціально-політичних

питань, а з іншого – користувач, будучи популярним серед великого числа користувачів, може відчувати соціальну відповідальність перед своєю аудиторією і тому проявляти соціально-політичну активність: *«Тобто чим людина публічніша, чим більший до неї інтерес суспільства, незалежно від того, чи це політика, бізнес, література, культура, чи якась зірка тощо, то вона однозначно уже буде більш соціально активна. Це може змушувати людину вибирати більше платформ, вести не тільки особистий блог, але й заходити на різні платформи і всіма можливими способами розширювати аудиторію.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.303-309).

Наступою категорією в концетуалізації думок експертів щодо соціально-політичної інтернет-поведінки є **«Роль середовища у проявах інтернет-поведінки**». За аналогією зі статусом, експерти вказували на роль реального та віртуального середовища. Вплив реального середовища, за інформацію експертів, можна розглядати на трьох рівнях:

- **Вплив мікросередовища**, тобто яку роль у проявах соціально-політичної інтернет-поведінки займає ближнє оточення студентів. Сюди можна віднести такі показники: **вплив авторитету** – хто або що для студентів є авторитетом (батьки, друзі тощо): *«Якщо говорити зараз про тих студентів, з якими я зараз стикаюсь навіть 1, 2, 3 курс, то я не скажу, що вони є взагалі якісь політично свідомі. Якщо говорити з ними про політику чи про вакцинацію, чи про щось таке, вони є якісь або політично заангажовані батьківськими думками чи думками інших колег, з якими вони проводять час.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 98-103)*;* вплив **виховання,** тобто, яке у студента сімейне виховання: **«***Тому напевне треба виховувати дітей власним прикладом. Якщо ти піднімаєш ту бумажку, коли ідеш по вулиці, відповідна дитина піде за тобою так само піднімить ту бумажку. Якщо ти йдеш допомагати комусь, то відповідно і вона. Думаю найлегше це робити власним прикладом, а зі сторони держави – це підтримка тих ініціатив, які приносять користь для суспільства і виховання молоді.»*

(Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.650-655); **вплив однолітків**, тобто орієнтація на те, що подумають про студента однолітки: *«Якщо говорити про студентів, то величезну роль відіграє, тому що вони дуже орієнтовані на думку однолітків, вірніше дуже залежні від думки однолітків і від того, який контент вони роблять, і дуже сильно залежить, те, що про них скажуть після цього.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.396-399).

• **Вплив мезосередовища –** це вплив систем та структур, з якими студент безпосередньо може взаємодіяти. Експерти визначали важливими тут такі показники: **вплив студентського самоврядування на активність студента, включеного у діяльність цієї організації,** яка, по-перше, є середовищем, де багато інформації, не доступної для не учасників цієї спільноти: *«Але з іншого боку, що якщо бути в середовищі університетського самоврядування, то в тих студентів, які навіть прийшли з іншим мотивом, в них є більше шансів проявляти активну поведінку, ніж в тих, які не є в цьому середовищі. Коли ти перебуваєш в цій соціальній бульці, тебе затягують десь, ти більш поінформований, бо перебуваєш в інформаційному полі, що дуже важливо. Ті, які не є в цій спільноті, їм, по-суті, бракує інформації про інструменти впливу, івенти, активності, форми поведінки.»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.249-256); по-друге, це спільнота, де є певні правила поведінки (яка повинна бути активною), яких має дотримуватися її учасник: *«Людина, яка задіяна офлайн профкомі, буде задіяна і в онлайн профкомі, вона буде виконувати якісь вказівки щодо поширення тої чи іншої інформації, чи щодо залучення студентів до певного заходу, то така людина буде більше залучена»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 354-357); *«В цілому активніше, але залежно ще стосовно яких подій, стосовно яких тем. Ми все ж таки розуміємо, що є, тут знову таке словосполучення «корпоративна культура», яка впливає на цього студента. Все-одно він отримує певні вказівки що йому можна писати, а що не можна…»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.456-460).; по-третє, профком

дає можливість для розвитку та отримання певного статусу (влада, посада): «*Ми максимально самі залучаємо студентів до цього життя, відповідно змішуємо освітній процес і процес виховання політичного діяча. Ті студенти, які, скажемо так, прориваються в самоврядування, розуміють, що це якийсь вихід на якусь посаду, вихід на якусь політичну силу, можливо рух якийсь далі. Тому вони досить активно застосовують своє становище.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.616-620)*;* по-четверте, профком є одним із етапів активної поведінки громадян: *«Університетське самоврядування один з найважливіших етапів для людей, які потім проявляють соціально-активну політичну поведінку в інтернеті через те тільки, що вони побачили як результативно можна добиватися цілей, змін в житті.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 559-562).

Вплив освітнього середовища – це роль навчального процесу у проявах студентами соціально-політичної інтернет-поведінки. Насамперед експерти зазначали про значення студентської групи та її підгруп у формуванні позицій та поведінки студентів: «*Кожна з цих груп впливає на те, як поводиться її член в тій чи іншій соцмережі і так далі. Чому це впливає, тому що коли ти належиш до цієї групи, ти себе з нею ідентифікуєш і відповідно з тим середовищем, і коли ти розділяєш її цінності по речах основних, які стосуються твого життя, навчання, роботи, то і в соціально-політичних моментах ти будеш частіше згодний з тим як думає твоя група маленька.»*, *«Окрім того, що ти будеш сповідувати цінності своєї маленької групи , ти будеш перебувати під тиском групи великої і якщо він тебе задовольняє, то ти його підтримуєш, якщо ні, то ти, навіть попри те, що ти з ним не згоден будеш думати, що середовище знає краще.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 511-525). Велике значення має напрямок навчання студента. Експерти припускали, що студенти, які навчаються на спеціальностях гуманітарного спрямування або в галузі соціальних і поведінкових наук є більш компетентними та більш активними у проявах соціально-політичної інтернет-поведінки: *«Якщо говорити про технічні*

спеціальності…то їхній рівень соціально-політичної інтернет-поведінки є нижчим ніж в гуманітаріїв. Це є очевидно, бо їх цікавить точна наука, точні дані і вони в інтернеті шукають просто ту інформацію, яка їх цікавить, яка їм потрібна і вони є більш пасивними. Ми не говоримо про їхній слактивізм, просто більш пасивна поведінка.» (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.391-396). Також експерти враховували і наявність у студентів можливості обирати для вивчення вибіркові дисципліни гуманітарного напрямку. Але, як стверджують інфрорманти, навіть якщо студенти і обирають такі дисципліни, то, вивчаючи їх, знань вони отримають небагато, що в майбутньому має негативний вплив на прояви соціально-політичної інтернет-поведінки: «*...Ми всі, які працюємо більш-менш в гуманітарній сфері, говорили про те, що у нас проблеми з освіченістю в плані громадянської поведінки. Тоді коли дисципліни цього спрямування пустили на вибір, то зробили рівнозначними політологію і пілатес. Відповідна більша частина студентів вибирає пілатес, тому що оцінку вона отримає таку саму, там вона отримає якесь задоволення, а тут треба докластися….Тобто якщо ці дисципліни не вводити як обов'язкові, не маючи оцієї бази, відповідно людина не може реалізувати себе і бути політично грамотною, політично підкованою і відповідно реалізовувати себе.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.169-178).

Приналежність студента до громадських організацій чи політичних партій – це також показники мезорівня. Вплив членства у таких організаціях, з точки зору експертів, полягає у тому, що студент, з одного боку, уже може бути мотивованим активним користувачем, а громадське об'єднання чи політична партія для нього лише є засобом для спрямовування своєї поведінки: *«Якщо це активний користувач і той, який хоче досягнути щось в політичній сфері, то він буде активно продвигати своє залучення до тої чи іншої партії. Не те, щоб вносити корективи, а напевне виявляти оту свою підтримку і те про що ми на початку говорили – або за допомогою аватарки, або за допомогою стіни, яка позаду користувача, коли він*

виходить в ефір, він буде якимось чином використовувати оцю от прив'язку.» (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.589-594), а з іншого боку, студент, який вступає в лави цих структур починає перебирати їхню організаційну культуру і поводитися так, як це вимагає від нього стратегія діяльності ГО чи ПП, а також їхні учасники: *«Я думаю, що тут напевно ідеться не так про якісь внутрішні мотиви людини, а про те, що є корпоративна культура, корпоративна етика в представників цієї політичної сили, у них є певна стратегія як вони мають себе позиціонувати і зокрема в соціальній мережі.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.430-433).

Окремо варто згадати про таку українську організацію як **«Пласт».** Це спеціалізована на патріотичному вихованні організація, тому експерти надавали великого значення і цій структурі. Студенти-«пластуни», як їх називають, мають хороший бекграунт для проявів активної поведінки на користь держави і, відповідно, соціально-політичної поведінки також: *«Є, припустимо у нас ці пластуни. Це просто шикарний аналог і противага піонерам і аналог тих скаутів, які є в Штатах. Вони повністю ґрунтуються на патріотичному вихованні, любові до своєї держави, поваги до своїх батьків, збереження традицій, виживання в якихось екстремальних умовах і так далі. Це такий бекграунд, який для молодої людини є дуже важливим. Але воно має бути настільки цікавим, щоб молодь захотіла туди іти.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.477-483).

Ще одним із дуже важливих показників мезорівня є **місце проживання** студента. Тут мова йде про проживання студента в селі, селищі міського типу чи місті і про те, які можливості та бар'єри є в цих поселеннях. Основні висновки, які можна зробити з розповідей експертів – молодь не затримується у селах, виїздить звідти у більші міста, а їхнє сільське походження переважно не впливає на прояви соціально-політичної інтернет-поведінки. Ті, хто проживають в селах, найчастіше є залучені у повсякденній праці по господарству, що не дає можливості їм займатися іншою діяльністю, а ті, хто

сильно зацікавлені в громадянській активності можуть реалізовуватись і в селі (наприклад, фермери): *«Щодо походження, то мені здається зараз це впливає меншою мірою, тільки якщо ви живете в селі, в якому взагалі немає доступу до інтернету. Є багато прикладів, коли якісь суперактивні блогери – це люди з маленьких населених пунктів.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.285-288)*; «По-перше, тому що людина може бути самодостатньою в селі. Наприклад фермер, він живе в селі, але цілком економічно забезпечена і самодостатня людина. Він навпаки можу бути тим, хто просуває зміни у своєму селі. Він, наприклад, може потенційно стати головою ОТГ – це вершина політичного активізму, нехай не в інтернеті, але все-одно.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 486-491).

На мезорівні важливим показником є і **професійне середовище**. Те, в якому середовищі студенти працюють, з якими колегами, що також може впливати на його позиції та дії: *«Якщо взяти питання професійного середовища студента, то варто враховувати чи в трудовому середовищі обговорюються такі теми, чи там накладене табу на підняття якихось таких тем…» .»* (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.222-224); *«Хоча є випадки, коли якісь кардинальні зміни в житті людини відбулися, наприклад, студент пішов на роботу. Він міг бути постійно пасивним, нічого не дописувати, не постити, можливо щось коментувати і потім він пішов на роботу. … Журналіст, коли йде на роботу – все, він стає відомою людиною, по-перше. Він стає людиною, яка орієнтується в усіх політичних, соціальних процесах, він хоче щось змінити і так далі. І ця людина стає уже активною, може з абсолютно пасивної стати абсолютно активною.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.315-322).

- **Вплив макросередовища** – це ті фактори, з якими студент не має безпосередньої взаємодії, але які мають вплив на соціально-політичну інтернет-поведінку. Сюди зараховуємо регіональні відмінності, тобто вплив регіональної культури на окремого індивіда. Експерти зазначали про відмінності культури в різних українських регіонах: *«В мене є студенти зі*

всієї України і, власне, наші з Західної України більш активні. Вони менше бояться проявляти свою соціально-політичну інтернет-поведінку. Вони це показують, вони це проявляють, вони пишуть, вони перерепощують, вони можуть до чогось закликати. Ті, хто в нас є зі Сходу, навіть не тільки, наприклад, там з Дніпра, Одеси, Херсону, Запоріжжя студенти, то вони менш активні. Чи тому, що вони в інше середовище перейшли – це може бути одне, або у них політична культура інша. Вони більше схильні приймати те що є, вони розуміють, що їхній допис, їхня активність ні до чого не призведе, вона нічого не змінить.» (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.282-291). Експерти стверджували, що студентська молодь дуже піддається впливу **моди**, вони поводяться відповідно до трендів: *«Які культурні особливості, що модно в їхньому середовищі, за ким стежити, кого читати, про кого щось там знати і так далі.», «…людина може бути підписана на десять різних соцмереж і не користуватися жодною. Зареєструватися, тому що так модно…»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.399-401, р.446-448).

Експерти багато розповідали про **проблеми**, пов'язані з соціально-політичною інтернет-поведінкою студентів, що дозволило виокремити окрему категорію, яка і має таку назву «Проблеми, пов'язані з СПІП». До таких проблем належать:

1. **Негативний вплив дистанційного навчання.** Такий вплив є комплексним, зокрема це відбивається на спілкуванні студентів (коло спілкування звужується), на їхньому навчанні (якість освіти падає), на їхній активності (стали пасивніші): *«Зараз це найбільша проблема, і тому такий рівень низький, бо онлайн-навчання, бо ти не можеш реально спілкуватися зі своїми однолітками, одногрупниками, обмінюватися цією інформацією, тому що в тебе немає цього відчуття колективізму, загального духу студентства. Тобто немає тих речей, які роблять тебе загальним цілим з усіма іншими і тобі би хотілося б рухатися далі.» «На сьогоднішній день перша причина низької освіченості цифрової і так далі – це онлайн навчання.»* (Додаток 2, №6-

м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.502-514)*; «…останні два роки студенти навчаються онлайн і я помітила, що вони стали більш пасивними, їхня інтернет-поведінка стала більш пасивною. Тому що вони менше спілкуються між собою, вони вже почали сидіти, власне, в своєму сімейному середовищі, де кожен виконує різну соціальну роль, різну функцію. Це впливає і від батьків їхніх, і де працюють батьки, і те чи є в них брати/сестри і так далі. Відповідно студенти менш заглиблюються в проблеми, які існують, вони більше поринають в побутове життя.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.405-413).

2. **Відсутність громадянської освіти/освіченості.** Експерти зазначають про відсутність якісної громадянської освіти і як результат у нас в країні низький рівень громадянської освіченості: *«У нас вона є недостатньою, бо в нас вона чомусь якась застаріла, бо в нас вона базується на старих цінностях. Це не є погано, але громадянська освіта полягає в тому, щоб ти знав свої права, вмів їх захистити і, як мінімум, не вважав, що ти не можеш ні на що вплинути. Враховуючи явки на виборах, ясно, що тут впливає ще рівень недовіри до влади. Але знову ж таки, яким би не був рівень недовіри до влади, якби у нас була ця громадянська освіта, наприклад, на що йдуть податки – важлива тема. Але люди уявлення не мають на що йдуть їхні гроші, а на ці гроші живе країна. Самі люди оплачують велику кількість всього, що є в нашій державі. Я веду до того, що якби рівень громадянської освіти не був низьким, то ми б і без довіри до влади могли знати чого ми можемо добитися самі.»* (Додаток 2, №1-м.Львів-27р-жінка-журналіст, р. 485-496).

3. Те саме стосується і **медіаграмотності** – серед студентів її рівень є низьким: *«В той же час, рівень медіаграмотності, те, що стосується підбору інформації, тобто вони можуть бути більш обізнані в технології, знати як просувається контент, але гірше обізнані в маніпулятивних практиках і в тому як фільтрувати інформацію і убезпечити себе від негативних негативних впливів»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.368-373).

4. **Поширення дезінформації/фейки**, чи інші маніпулятивні технології – в комплексі з низькою медіаграмотністю є величезною проблемою в українському суспільстві: *«З одного боку, те що є перевагою в плані поширення інформації воно в той же ж час є і проблемою, бо це є сильне джерело поширення дезінформації. Тому дуже великий ризик поширення дезінформацій, яка, по-суті, може мати вплив на людей, які проявляють певний активізм, бо немає нічого гіршого, ніж завербований теоріями змови активіст, який розносить цю інформацію, пропагує її, відстоює ці ідеї.*» (Додаток 2, №2-м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик, р.278-284).

5. **Непопулярність фактчекінгових організацій** – фейки поширюються частіше, ніж їхнє спростування: *«Не зважаючи на те, що у нас є дуже багато організацій, які борються з фейками, які спростовують фейки, реально їх є багато, проводять багато тренінгів, різних вебінарів і зустрічей і це треба продовжувати робити для регулювання і подолання цієї проблеми. Але як ще треба регулювати це…от є у нас там «VoxCheck», «Без брехні», «StopFake» та інші організації, які реально спростовують фейки. Але проблема в тому, що якраз інші користувачі не поширюють цих спростувань. На жаль, фейки перепоширюють, а спростування перепоширюють рідко. Не зважаючи на те, що ці організації зробили велику роботу, вони спростували, вони підтвердили, що це фейк, що є такі то докази, але широкий загал не ознайомлений з цим. І, як доводять результати досліджень, користувачі з тих 100%, що сприйняли дезінформацію лише 30% прочитають спростування і в цьому є проблема.»* (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.490-502).

Зважаючи на обговорення наявних в українському суспільстві проблем стосовно соціально-політичної інтернет-поведінки студентів, експертами було також запропоновано низку порад для їх регулювання, що втілилось в окрему категорію «Поради для регулювання проблем пов'язаних з СПІП», яка вміщує такі субкатегорії:

1. **Увага держави до поведінки молоді** – порада, аби державні структури, політичні суб'єкти реагували на поведінку молоді, брали її до уваги, аби молодь почувала себе потрібною: *«Якщо є міністерство освіти і в ньому є молодіжна рада, яка готує документи, готує роз'яснення до законопроектів, готує своє непогодження з кимось або з якоюсь дією, і відповідно на це є реакція і реакція позитивна, негативна – неважливо, але є відповідь, є фідбек. Тоді молодь буде відчувати себе потрібною. Якщо ти щось постійно робиш і в результаті не отримуєш ніякої реакції, то в тебе запал падає і тобі не хочеться цього робити. Тому напевне більше підтримки зі сторони державних структур і молодь буде відчувати себе потрібною.»* (Додаток 2, №6-м.Луцьк-44 р-жінка-політолог/викладач, р.662-669).

2. **Підвищення довіри до політичної сфери**: *«Потрібно, щоб була довіра до політичної сфери і до учасників суб'єктів цього політичного процесу»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 705-706).

3. **Підвищувати обізнаність студентства** цікавими кейсами або фаховими порадами, тобто на конкретних прикладах багато і часто пояснювати як потрібно діяти в тій чи іншій ситуації, зацікавлювати студентів до проявів активності: *«Закликати якихость людей, організовувати зустрічі з фахівцями в політичній чи соціальній сфері. Можливо їм буде краще почути думку фахівця і якісь приклади, кейси роботи.»* (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 420-422)*; «Тому напевне треба не підвищувати їхню активність, а виховувати їхню соціально-політичну обізнаність за допомогою якихось ресурсів, за допомогою якихось об'єднань, можливо якісь групи можна створити в Фейсбуці, де більше розказувати про якісь можливості студентам, про їхні права, про те, що відбувається в тій чи іншій сфері. Можливо подавати якісь фахові коментарі і надавати можливість звернутися до когось, якщо в них є якась проблема, щоб вони знали до кого звернутися, наприклад, до юристів. Ну і ясне діло, що ми не виключаємо тих самих опитувань і не виключаємо різних вебінарів, які теж*

можна проводити і залучати туди студентів, рекламувати. Але до тих вебінарів я би не сказала, що треба долучати політиків, а треба залучати лідерів громадської думки. Можливо тих людей, які користуються популярністю серед молоді, але які вже можуть їм щось сказати і в аспекті соціально-політичної сфери» (Додаток 2, №7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач, р.534-546).

4. **Імплементація цифрової освіти та медіаграмотності в структуру загальної освіти** – тобто широке використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій на всіх рівнях освіти, прищеплювання звички до грамотного використання цих технологій: *«Передовсім великою мірою через освіту, це довгий шлях, але напевне єдиний можливий. Це як з сексуальною освітою, в залежності від рівня спроможності людини сприймати цю інформацію, тобто подаємо її в різних форматах. Тобто з пелюшок дітей вчать медіаграмотності, безпеці у цифровому світі.»; «Не обов'язково, що в студентів, наприклад урок цифрових технологій, і там вони роблять контент. Інтеграція в освітній процес технологій, і не важливо чи це історія, чи українська мова, література. Також поширювати якийсь якісний контент українською мовою.»* (Додаток 2, №3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач, р.481-494).

5. **Політика подвійної відповідальності** – потрібно показувати, що держава контролює і регламентує, те, що відбувається в інтернеті, водночас необхідно навчати студентів бути відповідальним користувачем, розуміти наслідки інтернет-поведінки: *«Наскільки я знаю, у нас все-таки є якісь відповідні органи, що займаються цим, навіть в соцмережах. Служба безпеки України працює і на інтернет-теренах, і ЗМІ. Але це і відповідальність кожного особиста, те як людина сприймає інформацію. Якщо людина є освічена і розумна, і компетентна в тому чи іншому питанні, то вона зрозуміє, що тут щось не так з тою інформацією і її варто перевірити ще на якихось каналах, ще десь почитати якусь інформацію, а не свято вірити в те, що написали в жовтій пресі. Це відповідальність і тих, хто пише, і тих, хто*

сприймає.» (Додаток 2, №4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач, р. 396-403).

6. **Ненав'язливість громадянської освіти** – тобто розвивати сферу громадянської освіти в такому річищі, аби людина сама мислила, сама розуміла чого хоче, могла розрізнити що правильно, а що ні: *«Але тут є такий момент, на який я б хотіла наголосити. Дивіться, освіта і не повинна дітям і молодим людям нав'язувати якісь політичні вподобання. Вона повинна допомогти їм себе таким чином сформувати, щоб могти це добре вибрати. Це не означає, що є якісь правильні політичні погляди чи не правильні. Просто сформувати особистість… Але вона повинна сприяти тому, щоб людина формувала свій світогляд. В рамках цього я вважаю, що загальна освіта, якщо вона навчить дитину думати, якщо вона навчить, допоможе критично аналізувати отриману інформацію, тобто взагалі орієнтуватися в тому інформаційному морі, навчить якось перевіряти ту інформацію, яку вона отримує – якщо вона це все зробить це дуже добре.»* (Додаток 2, №5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач, р. 561-573).

СИТУАТИВНА ТРИВИМІРНА МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ КОРИСТУВАЧА

В рамках концептуалізації здійснена типологізація дозволяє розробити модель соціально-політичної інтернет-поведінки. Складність та амбівалентний характер онлайн-практик в рамках соціально-політичної інтернет-технології вимагає застосувати три критерії (спрямованість, продуктивність, інтенсивність поведінки), що робить модель тривимірною. Візуально зобразити модель допомогла теорія кольору, зокрема конусна HSB колірна модель (Рис 2.), яка дає можливість показати широкий спектр забарвленості різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки.

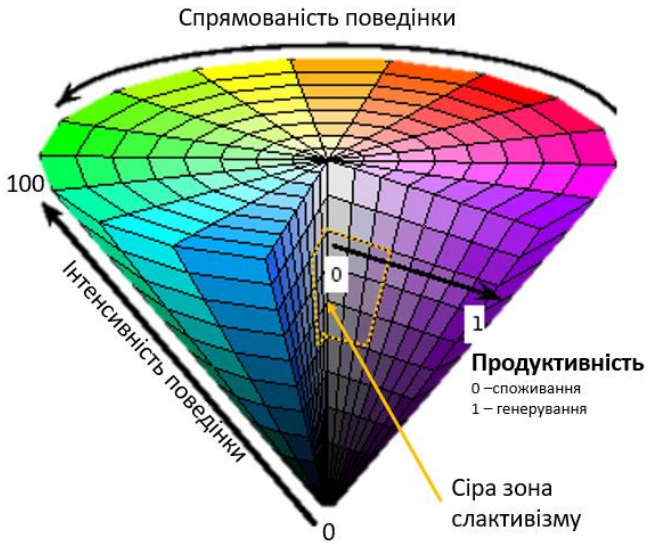


Рис. 2. Тривимірна модель соціально-політичної інтернет-поведінки

Модель, здатна пояснити специфіку та роль інтернет-поведінки користувача у регулюванні соціально-політичних проблем. Однак ця модель має певні обмеження. Оскільки поведінка людини в інтернеті є доволі мінливою і залежною від низки факторів (зовнішніх, внутрішніх), відповідно модель зможе пояснити форми цієї поведінки в конкретних ситуаціях пов’язаних з певними соціальними проблемами у визначеному проміжку часу, адже в іншій ситуації, за участі інших факторів індивід може проявити зовсім інші онлайн-практики, а тому інший тип поведінки. Зважаючи на це однозначно констатувати певну форму інтернет-поведінки притаманну користувачам в узагальненому стані, є доволі складно. Таке питання потребує комплексного виміру. Водночас дослідження результативності (наслідків) окремих дій в інтернеті стосовно конкретних соціальних проблем дозволить виявити роль сукупної інтернет-поведінки користувачів у регулюванні цієї проблеми, адже значення такої поведінки в сучасних кризових умовах не можна не враховувати.

Розглянемо модель детальніше з точки зору трьох її параметрів.

Орієнтованість соціально-політичної інтернет-поведінки означає те, яким чином користувач залучений у регулюванні соціально-політичної проблеми. Поглянувши на візуалізацію моделі згори отримуємо секторне

коло, яке поділяється на дві частини – холодний та теплий спектри (Рис. 3.). В рамках моделі, вкладаємо в ці спектри дві форми соціально-політичної інтернет-поведінки відповідно деструктивну і конструктивну.

Рис. 3. Орієнтованість соціально-політичної інтернет-поведінки

Під деструктивною спрямованістю соціально-політичної інтернет-поведінки розуміємо налаштованість користувача на формування або поглиблення актуальної проблеми. Деструктивна поведінка має градації, які залежать від усвідомленості користувача (націлена поведінка чи неусвідомлена шкода). Наприклад, до цілеспрямованої деструктивної інтернет-поведінки зараховуємо використання користувачами брудних комунікативних технологій та їх інструментів: пропаганда, чорний PR, боти – це ті, які згадували експерти. Нагадаємо, що використання означених соціально-політичних інтернет-технологій не завжди може бути направлене на шкоду. За інших умов (наприклад в час війни) активні прояви такої поведінки можуть приносити й користь (хактивізм, контрпропаганда), але за умови, що благих намірів поведінки користувача.

Сюди ж можна додати ще фейки, хакерські атаки. Як приклад інтернет-поведінки з неусвідомленою шкодою можна навести поширення дезінформації, коли користувач, не перевіривши правдивість новини (безвідповідальна поведінка), сприяє подальшій трансляції неправдивого повідомлення. Мінімальна шкода від користувача прослідковується,

наприклад, тоді, коли юзер спростував поширене ним повідомлення. Згадане раніше піратство має теж свої градації. Цілеспрямованою деструктивною поведінкою варто називати той факт, коли людина, порушуючи авторські права, з певною метою поширює створений іншими людьми контент (фільми, музику, книги тощо). Користувач, який споживає неліцензійний контент займається або неусвідомленою деструктивною поведінкою онлайн, або поведінкою з мінімальною шкодою, оскільки може, відповідно, або розуміти негативну сторону такої поведінки, але не змінювати свої звички споживання, або не усвідомлювати шкоду від перегляду піратського контенту.

На протилежній стороні секторного кола розташована конструктивна поведінка онлайн. Цілеспрямована конструктивна поведінка онлайн означає, що основною метою її прояву є саме регулювання соціально-політичних питань. Сюди зараховуємо використання інструментів електронної демократії. Варто тут згадати підхід до поведінки П. Штомпки, який означив цілеспрямовану поведінку як таку, що має передбачувані наслідки. Тобто, суб'єктам соціально-політичних процесів відомими є наслідки використання чи невикористання цих інструментів. Змістившись від центру конструктивної спрямованості спостерігаємо інтернет-поведінку з подвійною метою. Тобто користувач, проявляючи якісь акти в інтернеті задля особистих цілей водночас може своїми діями принести користь суспільству. Це також може відбуватися усвідомлено чи не усвідомлено. Наприклад, людина може мати потребу в купівлі певного товару онлайн і обирає саме той інтернет-магазин, де частина коштів від її покупки йдуть на потреби ЗСУ. За Штомпкою, неусвідомлені дії користувача можуть призвести до непередбачуваних наслідків. Мінімальна користь від поведінки користувача може бути не очевидною і складною для обчислення. Наприклад, попит на ліцензійний контент може спричиняти появу онлайн ресурсів (національних та іноземних) з підпискою, кошти з якої будуть іти на розвиток тої чи іншої сфери. Або можливо споживання ліцензійного товару сприятиме розвитку цінності чесної та гідної оплати діяльності, поваги до авторського права.

Остання форма інтернет-поведінки, яка, по-суті, є нейтральною, оскільки не має відношення до соціально-політичних інтернет-практик – інтернет-поведінка з іншою метою, наприклад, з метою навчання, спілкування, проведення дозвілля тощо.

Для розгляду другого та третього критеріїв соціально-політичної інтернет-поведінки – продуктивності та інтенсивності, використаємо розріз цілеспрямованої конструктивної інтернет-поведінки (Рис. 4.).

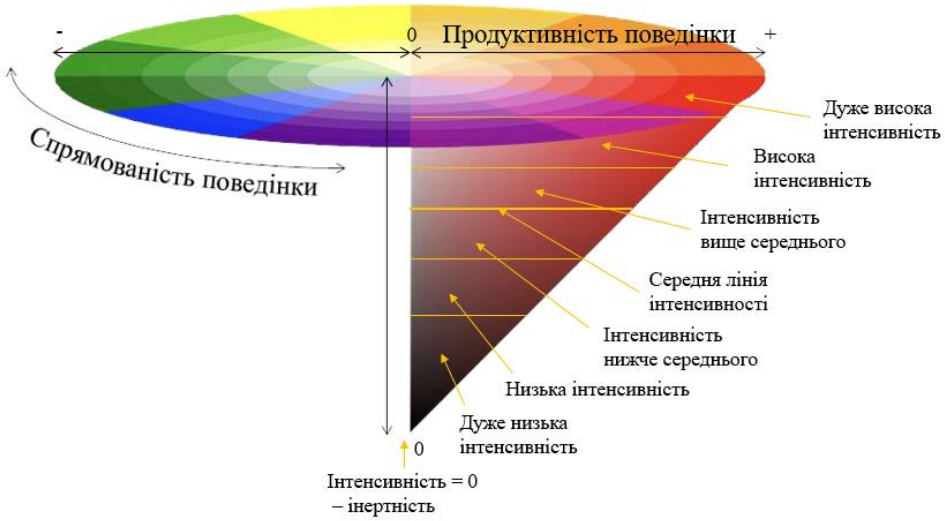


Рис. 4. Розріз цілеспрямованої соціально-політичної інтернет-поведінки, критерії продуктивності та інтенсивності.

Одиниця продуктивності – це результат творчої діяльності користувача, створений унікальний контент онлайн (текст, аудіо, відео) або діяльність офлайн (організована зустріч у реальному світі з допомогою інтернету). Нульова продуктивність – це споживацька поведінка користувача, перегляд чи прослуховування контенту на соціально-політичну тематику. Позитивна продуктивність (+) – творення контенту в ракурсі конструктивної спрямованості поведінки. Негативна продуктивність (-) – деструктивна спрямованість створеного контенту.

Творення та споживання контенту може відбуватися двома способами. На індивідуальному рівні – користувач самостійно займається пошуком інформації з різних джерел, генерує контент на своїй особистій сторінці, мотивуючись в першу чергу особистими цілями. Наприклад, користувач може

опублікувати якийсь пост і вимкнути коментарі до нього, керуючись тим, що цей контент має суто інформаційну спрямованість.

Проміжним між індивідуальним і груповим рівнем є організація користувачів навколо особистості блогера чи інфлюенсера. З одного боку, блогер публікує контент на власній сторінці, але з іншого ці публікації зоорієнтовані саме на групи (сегменти) підписників. Однак аудиторію блогера чи інфлюенсера важко назвати однорідною групою, оскільки, по-перше, підписники орієнтуються саме на особистий бренд цього користувача, а не на інших членів аудиторії й, по-друге, мета їхньої підписки – задоволення особистих подекуди кардинально різних потреб (індивідуальний рівень). Груповий рівень виникає, коли є формальне залучення (підписка) до конкретних спільнот у різних соціальних мережах, де користувач ідентифікує себе учасником цієї групи та певним чином взаємодіє з іншими її членами. Група створюється задля задоволення потреби чи розв'язання питання, яке безпосередньо хвилює її учасників. В групі може бути один лідер (або адміністратор), а може бути декілька. В ситуації блогерів/інфлюенсерів більшого значення має саме особистий бренд цих людей, в групах важливіші саме потреби чи проблеми, через які, власне, створювалась ця онлайн-структура. Якщо не брати до уваги лідерів груп, то варто зауважити, що рівень групової залученості різних користувачів-учасників спільноти відрізняється. Щоб пояснити таку ситуацію потрібно розглянути третій критерій соціально-політичної інтернет-поведінки – інтенсивність.

Продуктивність напряму залежить від інтенсивності. Це логічний висновок, адже чим більше користувач бажає отримати результатів від своєї діяльності в інтернеті, тим більше йому потрібно над цим працювати. Через це тривимірну модель, власне, зображаємо у конусній формі, де при найнижчій інтенсивності продуктивність є також найнижчою. Однак висока інтенсивність інтернет-діяльності не завжди призводить до великої продуктивності. Наприклад, постійне споживання користувачем інформації не

завжди призводить до якогось очевидного і наочного результату, адже користувач тоді не створює контенту, який би можна було побачити.

Інтенсивність – вимір частоти та регулярності соціально-політичної інтернет-поведінки (не те саме, що рівень активності). Частота – це кількісний вимір певних дій користувача в інтернеті. Регулярність – це повторюваність конкретних актів поведінки.

Шкала інтенсивності починається з нуля – *інертності*, тобто відсутність будь-якої діяльності в інтернеті.

Наступний щабель – *дуже низька інтенсивність*, тобто коли користувач не частіше ніж раз в місяць проявляє якусь одну дію в інтернеті.

Низька інтенсивність – це періодична одноразова поведінка, тобто користувач буде проявляти поведінку частіше ніж раз в місяць. Так до цього рівня інтенсивності можна зарахувати нечасте споживання користувачем соціально-політичної інформації, підкинутої алгоритмами. Логіка тут така, що до рекомендацій може потрапити той контент, який є популярний серед користувачів зі схожими інтересами. Тому, навіть якщо юзер буде обмежуватися лише підписками на контент далекий від соціально-політичної тематики, алгоритми соціальних мереж можуть запропонувати йому відео, яке було цікаве його друзям, або людям, зі схожими підписками. Але це за умови, якщо користувач до цього часу не блокував відповідний контент. Таку діяльність також можна віднести до дій на цьому рівні інтенсивності, але тоді, коли блокування є нерегулярним.

Інтенсивність нижче середнього – частіший прояв не пов’язаних між собою актів поведінки онлайн. Тобто користувач не частіше ніж раз в тиждень може здійснювати якісь різні дії в інтернеті, наприклад, одного тижня він переглянув відео з одного каналу, наступного – лайкнув пост якогось користувача. І цей контент буде стосуватися зовсім різних тем.

Середня лінія інтенсивності є межею, коли користувач починає проявляти одну і ту ж поведінку регулярно і з великою частотою.

Інтенсивність вище середнього – це періодична багаторазова поведінка. Користувач проявляє певну форму соціально-політичну інтернет-поведінку з регулярністю кілька разів на тиждень. Наприклад, користувач може мати підписку на сторінку/канал/спільноту, де щотижня виходить цікавий йому дайджест, який він переглядає і може певним чином взаємодіяти з цим контентом (лайк, репост).

Висока інтенсивність соціально-політичної інтернет-поведінки – прояв користувачем конкретного різновиду поведінки кожного дня. Наприклад, це може бути щоденний пост у себе на сторінці в соціальній мережі і/або щоденний перегляд новин на інформаційних ресурсах.

Дуже висока інтенсивність онлайн-поведінки, коли користувач не лише щоденно проявляє конкретну поведінку, але й робить це кілька разів протягом дня. Наприклад, пише багато постів у групах, викладає багато контенту типу «історії» (контент у соціальних мережах, який актуальний лише 24 години) тощо.

Після окреслення усіх критеріїв тепер розглянемо місце у цій моделі запропонованих форм соціально-політичної інтернет-поведінки – активної, пасивної та слактивізму (Рис. 5.).

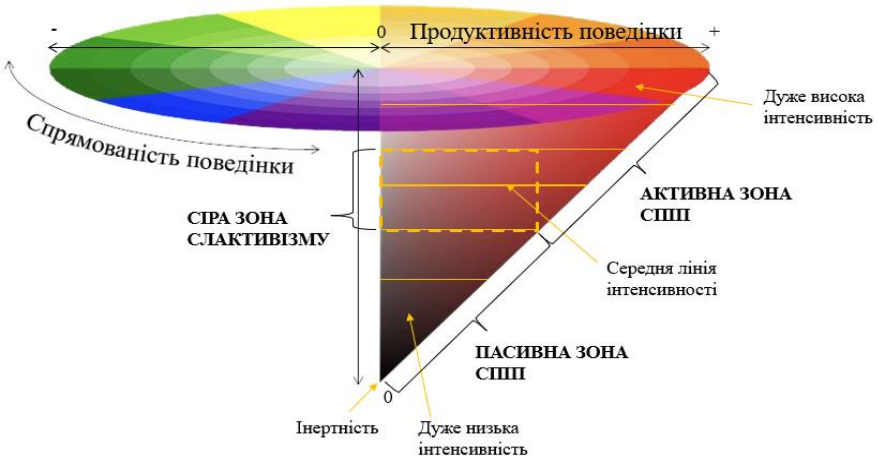


Рис. 5. Модельне зонування соціально-політичної інтернет-поведінки в розрізі цілеспрямованої діяльності.

Максимальна цілеспрямованість інтернет-поведінки користувача на розв’язання соціально-політичної проблеми відбувається через цільове

застосування ним електронних інструментів, створених саме для таких цілей (інструменти е-демократії). Інтенсивність цілеспрямованої СППП та її продуктивність буде визначати тип цієї поведінки. Тобто людина, яка використовує інструменти е-демократії (може і кілька) не обов'язково буде вважатися активним користувачем.

Для того аби пояснити специфіку розташування на моделі форм соціально-політичної інтернет-поведінки, будемо рухатися знизу догори й для наочності будемо використовувати приклад конкретної цілеспрямованої дії користувача – використання інструменту е-демократії – електронної петиції.

Пасивною є соціально-політична поведінка, яка має дуже низьку інтенсивність, тобто дії є практично відсутні, досить рідкісними та одноразовими. Відповідно про продуктивність тут практично мова не ведеться. У випадку з електронними петиціями, користувач просто не знатиме про існування відповідної петиції або якщо йому її покажуть, то він просто проігнорує це звернення. Деструктивна спрямованість пасивної поведінки буде розглядатися тоді, коли користувач, маючи ресурси для регулювання тої чи іншої соціальної проблеми, не бажатиме проявляти хоч якісь дії. Аналогічно як кваліфікований лікар буде відмовлятися надати медичну допомогу постраждалому. Тобто така бездіяльність умовного «лікаря» або апатичного користувача за деяких умов може привезти до непоправних наслідків.

Зону слактивізму називаємо сірою, оскільки це доволі неочевидна форма соціально-політичної інтернет-поведінки. Специфіка слактивізму в тому, що деякі його прояви тяжіють до пасивності або до активності. Однак є конкретні акти, які дозволяють означити нейтральність цієї форми соціально-політичної інтернет-поведінки. Вище в інтерпретації результатів експертних інтерв'ю ми уже окреслювали поведінку в рамках одноразового і багаторазового слактивізму. Можна побачити, що на візуалізації моделі зона слакивізму якраз прилягає до середньої лінії інтенсивності, відповідно частота і регулярність поведінки користувачів тут буде доволі різноманітна, на відміну від

пасивності (одноразові акти або їх відсутність) та активності (багаторазові акти). Тут варто врахувати ще той момент, що тяжіння слактивізму до активності чи пасивності буде залежати в першу чергу від продуктивності поведінки користувача. Якщо інтенсивність поведінки буде на середньому рівні, але людина створює різноманітний контент (постить, знімає відео тощо), тобто генерує кілька одиниць продуктивності, тоді є можливий перехід до іншої зони поведінки. І цей перехід буде тепер залежати від того, чи людина буде створювати цей контент частіше та регулярніше, а це буде залежати від зворотного зв'язку інших користувачів чи від ефекту самої поведінки. З іншого боку, якщо користувач не отримує ніякого результату від своєї поведінки, то це може демотивувати юзера і зменшити інтенсивність та продуктивність його поведінки й відповідно перекинути її в пасивну зону. Але якщо користувач не змінює свої поведінкові практики протягом тривалого періоду часу, залишаючись на середньому рівні інтенсивності та продуктивності, тоді можна констатувати в нього слактивізм у чистій формі.

Так, наприклад, беручи до уваги інструмент е-демократії електронні петиції, то якщо користувач один раз підписав таку петицію, бо його попросили це зробити, то це скоріше можна назвати пасивною поведінкою. Якщо користувач підписував такі петиції або на прохання, або й з власної ініціативи раз чи двічі, і такі дії він проявляв доволі рідко протягом певного періоду часу – це слактивізм.

Деструктивну спрямованість слактивізму можна пояснити з точки зору того, коли людина, яка не розбирається в конкретній проблемі, може піддатися маніпулятивному впливу збоку інших заангажованих користувачів і стати причетною до негативних явищ, наприклад поширювати неправдиву інформацію, або бути причетною (бути у ролі «масовки») до кенселінгу (культури скасовування) невинної людини.

Активна зона соціально-політичної інтернет-поведінки характеризується найбільшою варіативністю критеріїв інтенсивності та продуктивності. Мінімальною формою активності є, власне, той перехід поведінки від

слактивізму, коли середня інтенсивність поведінки буде зберігатися, однак рівень продуктивності буде високим і зростати. Тобто користувач, який раз чи двічі підписав певні петиції, окрім цього ще поширював інформацію про них у себе в соціальних мережах, закликав інших користувачів до дій буде уже активним.

Ще одним цікавим проявом активізму можна назвати поведінку без створеного контенту – активне інформаційне споживання. В цьому випадку найважливішу роль відіграє параметр інтенсивності з його високим і дуже високим рівнем. Інформаційне споживання з інтенсивністю вище середнього уже можна зараховувати до слактивізму. У зв'язку з цим, грамотний та регулярний фактчекінг можемо назвати саме проявом активної соціально-політичної інтернет-поведінки.

Додаючи до високого рівня інтенсивності поведінки ще й параметр продуктивності з його значними показниками отримаємо суперактивіста – користувача, який регулярно кожного дня по кілька разів протягом певного періоду часу проявляє різні акти поведінки на користь регулювання конкретної соціально-політичної проблеми.

На іншому полюсі деструктивна соціально-політична інтернет-активність полягає у тому, що користувачі можуть свідомо чи не свідомо проявляти такі акти в онлайн середовищі, які завдаватимуть шкоди суспільству або заважатимуть вирішенню соціально-політично проблеми. Наприклад, людина може працювати на ботофермі та активно пропагувати ідеї та ідеології, що в майбутньому матимуть негативний вплив на громадську думку. Тут важливо також дослідити питання мотивації таких користувачів, адже основна причина діяльності користувача вказує на орієнтованість/спрямованість його поведінки. Тоді, коли людина, працюючи ботом, керується перш за все зиском, то спрямованість поведінки зміщається з полюса, однак не змінює свого забарвлення – вона все-одно буде деструктивною. Нагадуємо, що означена модель є ситуативною, тому деструктивна спрямованість поведінки буде розглядатися в окреслених умовах та з в конкретній ситуації, але це не

означає, що за інших обставин негативна конотація такої поведінки може змінити свій вектор на схвалену суспільством онлайн-практику.

Етап 2

Другий етап авторського соціологічного опитування зоорієнтований на дві важливі цілі. По-перше, це застосування запропонованої теоретичної моделі соціально-політичної інтернет-поведінки для практичного дослідження досвіду онлайн-практик користувачів. По-друге, виявлення специфіки впливу низки факторів на досвід соціально-політичної інтернет-поведінки. Ці фактори ми визначали зважаючи на теорію структуралістського конструктивізму П. Бурдьє, згідно з якою агенти (користувачі) реалізовують певні практики (інтернет-поведінку) відповідно до комплексу диспозицій і наявним капіталом. При цьому практики реалізовуються з урахуванням поля (середовища), в якому перебувають агенти, і де від агентів вимагається відповідна поведінка.

Зважаючи на те, що запропонована теоретична модель інтернет-поведінки є ситуативною, кількісне соціологічне дослідження мало тематичний та локальний характер. При такій умові, а також враховуючи й актуальність самої проблеми, темою другого етапу авторського соціологічного дослідження стало «Особливості віртуальної соціально-політичної поведінки студентства під час війни в Україні». Вибір об’єктом дослідження саме студентської молоді зумовлений вивченням ролі сучасного стану громадянської освіти в закладі вищої освіти. Крім цього, дослідження проводилося зі студентами Національного університету «Львівська політехніка». Вибір цього університету зумовлений наявністю студентів, які навчаються на соціогуманітарних та математико-технічних спеціальностях, що є одним із важливих факторів для дослідження особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки. Більше того, в цьому університеті також навчаються студенти, уродженці областей різних регіонів України, що також є важливим моментом для досягнення поставлених завдань дослідження.

Польовий етап дослідження припав на жовтень-грудень 2022 року, тому опитування полягало у дослідженні соціально-політичної інтернет-поведінки студентів, яку вони проявляли протягом перших шести місяців повномасштабного вторгнення. Опитування проводилося методом анкетування з застосуванням інтернет-інструменту Google Forms. Для забезпечення рівня репрезентативності 5% при довірчій ймовірності 0,954, вибірка складала 378 студентів Національного університету «Львівська політехніка» усіх спеціальностей та курсів денної форми навчання (Додаток 5, ІІ.1.).

Опис результатів дослідження представлено за логікою поставлених основних завдань.

Першим і найголовнішим завданням другого етапу авторського соціологічного дослідження було з'ясувати досвід студентів у проявах соціально-політичної поведінки. Для того аби визначити орієнтованість, продуктивність та інтенсивність соціально-політичної інтернет-поведінки, у програмі SPSS ми здійснили факторний та кластерний аналізи отриманих в результаті анкетного опитування даних. Варто зауважити, що, зважаючи на опрацьовану наукову літературу та результати якісного експертного інтерв'ю, питання в анкеті, пов'язані з проявами студентами соціально-політичної інтернет-поведінки, заздалегідь було розділено на окремі групи – неформалізовану, формалізовану інтернет-поведінку, а також асоціальні/просоціальні онлайн-практики.

Факторний аналіз дозволяє розділити масив змінних на мале число груп, які називаються факторами. В один фактор об'єднуються кілька змінних, які мають щільну кореляцію між собою і слабку кореляцію зі змінними, що сходяться в інші фактори. Головним завданням факторного аналізу є угруповання подібних за змістом тверджень (фактори) з метою скоротити число змінних і спростити процедуру аналізу наявної бази даних (Паніотто, Максименко & Харченко, 2004, с. 218).

Згідно проведеного факторного аналізу (див. Додаток 6), неформалізовану соціально-політичну інтернет-поведінку було поділено на 3 фактори, перший з яких, зважаючи на зміст об'єднаних змінних, названо «Споживання інформації», другий – «Прості дії в інтернеті», третій – «Творення контенту та мобілізація». Такий поділ дозволить під час кластерного аналізу не лише скоротити кількість змінних для аналізу, але й виявити, власне, інтенсивність поведінки в межах споживання та продукування контенту. Формалізована соціально-політична інтернет-поведінка поділена на 2 фактори, які названо «Е-демократія для особистих потреб» та «Е-демократія для громадських потреб». Такий поділ робить можливим аналіз інтенсивності використання студентами інструментів електронної демократії, розділивши орієнтованість користувачів на особистісний та суспільний рівні. Асоціальну/просоціальну інтернет-поведінку, в результаті аналізу, поділено на 2 фактори: «Асоціальна СПІП для особистих потреб» та «Просоціальна СПІП на благо країни», що дозволяє з'ясувати кількість опитаних студентів, які використовують конструктивні та деструктивні онлайн-практики, а також визначити інтенсивність такої поведінки.

Кластерний аналіз проводиться з метою виділення однорідних груп (кластерів) з досліджуваної сукупності об'єктів (у нашому випадку це студенти-користувачі інтернетом) (Паніотто, Максименко & Харченко, 2004, с. 232). Кластерний аналіз допоміг сегментувати опитаних студентів відповідно до того, як вони проявляють соціально-політичну інтернет-поведінку, зважаючи при цьому на отримані внаслідок факторного аналізу групи. В ході ієрархічного кластерного аналізу відповідей студентів у програмі SPSS використовувався метод Варда та квадрат евклідової відстані для того, аби визначити оптимальну кількість кластерів за кожною групою соціально-політичної інтернет-поведінки.

Першою для інтерпретації буде група споживання соціально-політичної інформації стосовно теми війни, в межах якої було виявлено три кластери

респондентів, які проявляють таку поведінку в інтернеті. За допомогою порівняння середніх (Таблиця 2.1.), можна зробити висновок по кожному кластеру.

Таблиця 2.1. Кластеризація споживачів інформації: порівняння середніх значень

Ward Method Споживання інформації	Q14.1. Читаю інформацію з новинної стрічки у соціальних мережах чи з початкової сторінки гугл	Q14.2. Читаю інформацію з груп, каналів, на які підписався у соціальних мережах	Q14.3. Націлено шукаю і читаю конкретну інформацію з різних інтернет-ресурсів (наприклад, з офіційних сайтів міністерств)	Q14.4. Займаюсь фактчекінгом (перевіркою достовірності інформації)
1	1,29	1,19	2,77	2,33
2	5,62	2,42	4,21	4,14
3	2,18	2,00	4,82	5,86
Загалом	2,45	1,69	3,69	3,77

Примітка: значення для шкали: кілька разів на день – 1; раз в день – 2; кілька разів на тиждень – 3; один раз на тиждень – 4; кілька разів на місяць – 5; один раз в місяць і рідше – 6; зовсім цього не роблю – 7.

Помітно, що студенти Львівської політехніки в цілому споживали інформацію на тему війни з інтенсивністю вище середнього (середній показник – кілька разів на тиждень), причому висока інтенсивність прослідковується в ненаціленому споживанні інформації (середні значення 2,45 та 1,69). Націлений пошук інформації була менш популярною інтернет-практикою серед студентів – інтенсивність такої поведінки скоріше наближається до одного разу на тиждень. До першого сегменту відносяться студенти, які в перші пів року війни в країні були найбільш активними у націленому (щодня по кілька разів) і ненаціленому (практично щодня) споживанні інформації. Якщо повернутися до запропонованої нами тривимірної моделі соціально-політичної інтернет-поведінки, то, зважаючи на

окреслені вище ознаки, можна назвати цей сегмент студентів – активними споживачами соціально-політичної інформації. Частотний аналіз показує, що серед опитаних студентів таких було 49,2%.

До другого сегменту відносяться студенти, які кілька разів на тиждень читали новини про війну з груп в соцмережах, один раз на тиждень націлено шукали інформацію стосовно теми війни та займаються її фактчекінгом, а також один раз на місяць і рідше черпали інформацію з новинної стрічки соцмереж чи початкової сторінки Гугл. Таким чином, до другого сегменту відносяться студенти які, хоча й не дуже часто, але все ж проявляли інтернет-поведінку в націленому пошуку інформації про війну і були менш схильними споживати контент, підкинутий технічними алгоритмами. Зважаючи на тривимірну модель, студенти цього сегменту потрапляють у зону слактивізму. Частотний аналіз цього сегменту показує, що серед опитаних студентів таких було 20,6%.

Третій сегмент охоплює студентів, які інтенсивніше за представників другого кластеру споживали інформацію ненацілено, тобто практично щодня читали новини, які підкидають їм алгоритми, а також найменш інтенсивно з усіх сегментів (кілька разів на місяць і рідше) націлено займалися пошуком інформації про війну. Студенти (30,2%) з такими онлайн-практиками потрапляють в пасивну зону тривимірної моделі соціально-політичної інтернет-поведінки.

Переважання активного споживання інформації є свідченням переважно позитивних тенденцій, адже більшість студентів протягом перших шести місяців цікавилися соціально-політичними новинами в країні. Однак є й негативний аспект – переважання ненацільованого споживання інформації, що, наприклад, може призвести до занурення користувача в інформаційну бульбашку та формувати його однобоке бачення світу, через що він може не сприймати інші думки та позиції. Особливою проблемою це стає саме для студентської молоді, оскільки ця категорія населення тільки формує свій світогляд.

Кластерний аналіз простих дій в інтернеті також сегментував опитаних студентів на три групи. Пояснимо суть цих кластерів зважаючи на таблицю середніх значень (Таблиця 2.2.).

Таблиця 2.2. Кластеризація респондентів, які проявляють прості дії в інтернеті: порівняння середніх значень

Ward Method Прості дії в інтернеті	Q14.5. Лайкаю/дизлайкаю інформацію стосовно теми війни	Q14.6. Встановлюю патріотичні або тематичні аватари	Q14.7. Пишу відгуки на інформацію стосовно теми війни …	Q14.8. Поширюю інформацію стосовно теми війни(репости)
1	1,77	5,45	4,68	3,09
2	6,84	6,76	6,68	6,14
3	2,28	6,66	6,62	5,68
Загалом	3,23	6,18	5,82	4,72

Примітка: значення для шкали: кілька разів на день – 1; раз в день – 2; кілька разів на тиждень – 3; один раз на тиждень – 4; кілька разів на місяць – 5; один раз в місяць і рідше – 6; зовсім цього не роблю – 7.

Порівняно зі споживанням інформації, загальне середнє значення онлайн-практик цієї групи характеризуються низькою інтенсивністю (в середньому – кілька разів на місяць).

Як і у попередньому випадку до першого сегмента відносяться опитані студенти, які найінтенсивніше проявляли в перші шість місяців війни прості дії в інтернеті. Причому найактивнішими діями були вподобування/невподобування (раз в день) та репости (кілька разів на тиждень) інформації на тему війни.

Встановлення патріотичних аватарів в усіх сегментах була не дуже популярною серед студентів онлайн-практикою. Це пояснюється тим, що студент, який один раз встановив такого плану зображення, просто його не оновлював протягом певного періоду часу.

Написання відгуків на інформацію стосовно теми війни можна назвати найскладнішою серед простих дій онлайн-поведінкою, оскільки вона потребує більше, ніж інші практики з групи простих дій в інтернеті, ресурсів, що може

бути причиною непопулярності цієї форми інтернет-поведінки серед студентів.

Якщо узагальнено розглянути перший сегмент, то в середньому (3,75) студенти один раз на тиждень могли проявляти прості дії в інтернеті, які стосувалися теми війни. Така характеристика є притаманною скоріше слактивізму, однак тут можна говорити про наявність потенціалу переходу в зону активної соціально-політичної інтернет-поведінки за умови підвищення продуктивності і/або інтенсивності онлайн-практик. Частотний аналіз для цього сегменту показує, що серед респондентів студентів, які проявляють таку поведінку, було 41,8%.

Наступним сегментом для розгляду буде третій кластер у цій групі, оскільки він об’єднує тих респондентів, які проявляли прості дії з більшою інтенсивністю, ніж досліджувані в другому кластері. Так, студенти цього кластеру лайкали чи дизлайкали практично кожен день, а також поширювали матеріали на тему війни онлайн з не дуже низькою інтенсивністю (скоріше кілька разів на місяць). Один високий показник активності у цій групі онлайн-поведінки не дозволяє віднести респондентів до слактивної зона, тому тут прослідковується тенденція до пасивної соціально-політичної інтернет-поведінки. Кількість студентів, які належать до цього кластеру становить 25,7%.

Останній кластер з групи простих дій в інтернеті об’єднує респондентів, інтенсивність соціально-політичної інтернет-поведінки яких наближалася до інертності, що вказує на їхню абсолютну пасивність. Таких респондентів налічувалося 32,5%.

Остання група неформалізованої поведінки – творення контенту та мобілізація характеризується найнижчою інтенсивністю проявів серед неформалізованих соціально-політичних інтернет-практик – в середньому один раз в місяці і рідше (Таблиця 2.3.).

Таблиця 2.3. Кластеризація респондентів, які займаються творенням контенту та мобілізацією в інтернеті: порівняння середніх значень

Ward Method Творення контенту та мобілізація	Q14.9. Створюю власний контент на тему війни (пости, фото, відео) на особистій сторінці у соцмережах чи сайті	Q14.10. Створюю контент для груп/каналів/спільнот (як адмін або як учасник)	Q14.11. Організовую зустрічі, мітинги, протести за допомогою інтернету
1	6,62	3,03	6,82
2	6,73	6,91	6,96
3	2,87	4,13	5,81
Загалом	6,40	6,33	6,85

Примітка: значення для шкали: кілька разів на день – 1; раз в день – 2; кілька разів на тиждень – 3; один раз на тиждень – 4; кілька разів на місяць – 5; один раз в місяць і рідше – 6; зовсім цього не роблю – 7.

З таблиці порівняння середніх значень помітно, що 3 кластер охоплює респондентів, які займалися творенням контенту та мобілізацією інших до дій з більшою інтенсивністю, ніж студенти інших сегментів (за виключенням творення контенту в групах – Q14.10.). Сюди відносяться студенти, які кілька разів на тиждень створювали контент на власній сторінці у соцмережах або сайті, один раз на тиждень створювали контент для груп чи каналів, а також раз в місяць та рідше мобілізували інших користувачів до дій. Якщо окремо розглянути питання творення контенту від мобілізації, то можна зробити висновок, що студенти, об’єднані в цьому кластері, є слактивістами. Онлайн-поведінка з метою організації інших користувачів у цьому кластері характеризується радше інертністю. Кількість студентів у цьому кластері – 8,2% від усіх опитаних.

Наступні кластери в цілому показують низьку і дуже низьку інтенсивність інтернет-поведінки, що говорить про пасивність студентів у творенні контенту на тему війни та у мобілізації інших до дій. 82,2% опитаних, власне, перебуває у 2 кластері, який об’єднує практично інертних користувачів.

Щоб оцінити загальну картину проявів студентами НУ «ЛП» неформалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки було розраховано окремо для цих змінних індекс середнього значення. Завдяки цьому показнику можна побачити, що в більшій своїй кількості респонденти вказували на частоту неформалізованих онлайн-практик один раз на тиждень (Гістограма 1.).

Гістограма 1.

Наступним для детального аналізу будуть змінні, які дозволяли оцінити інтенсивність прояву респондентами формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки. Кластерний аналіз групи «Е-демократія для особистих потреб», яку було визначено завдяки факторному аналізу, виокремлює з поміж усіх респондентів два сегменти, суть яких можна пояснити завдяки порівнянню середніх значень (Таблиця 2.4.)

Таблиця 2.4. Кластеризація респондентів, які використовують інструменти е-демократії для особистих потреб: порівняння середніх значень

Ward Method Кластер Е-демократія для особистих потреб	Q15.1. Користуюся послугами порталу чи	Q15.2. Отримую електронні державні послуги (е-	Q15.3. Підтримую або ініціюю електронні петиції, звернення до органів державної влади,

	додатку «Дія»	реєстрація, е-довідка, е-черга)	місцевого самоврядування тощо (е-петиції, е-звернення, е-скарги)
1	1,37	2,23	1,52
2	2,39	3,32	3,44
Загалом	1,95	2,85	2,61

Примітка: значення для шкали: регулярно – 1; інколи – 2; рідко – 3; не роблю взагалі – 4; не знаю, як це робити – 5.

До першого кластеру відносяться респонденти, які інтенсивніше за інших користувалися інструментами е-демократії для особистих потреб: вони регулярно використовували додаток чи портал «Дія», інколи отримували електронні державні послуги, та регулярно підтримували/ініціювали електронні петиції. Загалом цей сегмент респондентів можна назвати активними користувачами цих формалізованих соціально-політичних інтернет-технологій. Частотний аналіз показує, що респондентів, які займаються такими онлайн-практиками, налічується 43,1% від усіх опитаних.

До другого сегменту відносяться опитані студенти, які використовували зазначені інструменти для особистих потреб з нижчою інтенсивністю, ніж перший кластер: інколи користувалися «Дією», рідко отримували електронні державні послуги, та дуже рідко підписували/ініціювали електронні петиції. З такою низькою інтенсивністю інтернет-поведінки, респондентів скоріше можна назвати пасивними користувачами, але з потенціалом до переходу в зону слактивізму, адже вони, принаймні, були обізнані в цих інструментах електронної демократії. Цих респондентів налічується 56,9%.

В другій групі формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки «Е-демократія для громадських потреб», де також відбувається розподіл респондентів на два кластери, ситуація дещо гірша (Таблиця 2.5.).

Таблиця 2.5. Кластеризація респондентів, які використовують інструменти е-демократії для громадських потреб: порівняння середніх значень

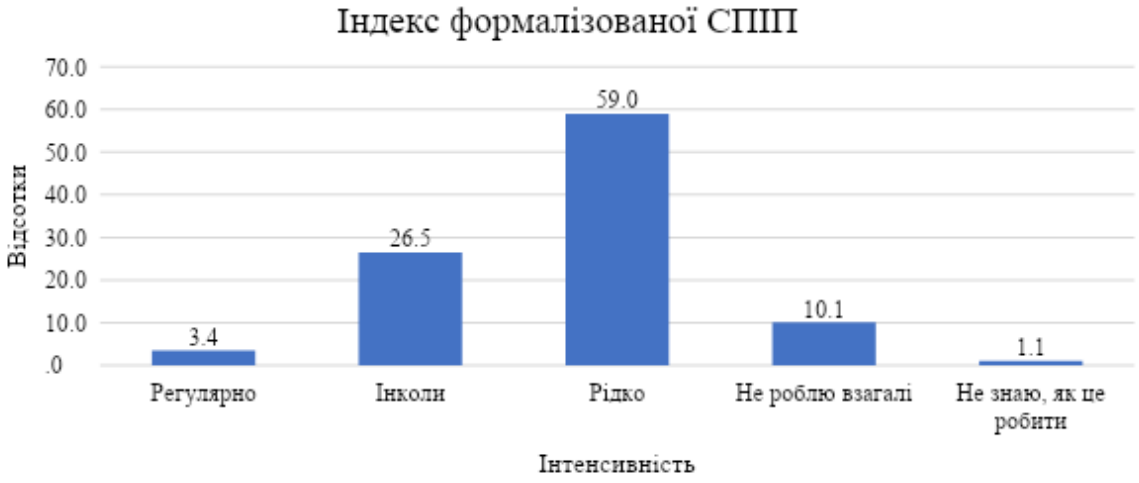
Ward Method Кластер Е-демократія для громадських потреб	Q15.4. Надсилаю електронні запити щодо отримання публічної інформації …	Q15.5. Відстежую інформацію щодо звітності …	Q15.6. Відстежую інформацію про результати проходження різноманітних конкурсних проєктів, тендерів …	Q15.7. Беру участь в е-тендерах, підтримую або ініціюю бюджетну участь онлайн
1	4,28	4,15	4,21	4,14
2	3,24	3,18	2,81	3,60
Загалом	3,88	3,78	3,67	3,93

Примітка: значення для шкали: регулярно – 1; інколи – 2; рідко – 3; не роблю взагалі – 4; не знаю, як це робити – 5.

Другий кластер об’єднує пасивних користувачів, які рідко використовували зазначені інструменти е-демократії, але все ж вони знали як ними користуватися. Таких респондентів налічується 38,1%. До першого кластеру (61,9%) відносяться інертні користувачі, які не просто не користувалися цими інструментами, але й в деяких випадках навіть не знали як це робити. Таку соціально-політичну пасивність, з одного боку, можна пояснити викликами війни, оскільки деякі з інструментів е-демократії в перші місяці війни були не актуальними. Також у воєнний час, при скасуванні обов’язкового електронного звітування державних службовців, відстежування такої інформації є неможливим. З іншого боку, тут може відігравати роль й недостатній рівень медіаграмотності, а також відсутність бажання та потреби проявляти таку поведінку у зв’язку з різними соціально-психологічними причинами.

Загальний індекс для формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки, показує що в більшій своїй кількості респонденти рідко проявляли такі онлайн-практики в перші пів року війни в Україні (Гістограма 2).

Гістограма 2.



Стосовно асоціальної/просоціальної інтернет-поведінки, то в першій групі таких онлайн практик, яку ми в результаті факторного аналізу умовно назвали «Асоціальна СПІП для особистих потреб» кластерний аналіз відокремлює два сегменти респондентів (Таблиця 2.6.).

Таблиця 2.6. Кластеризація респондентів, які проявляють асоціальна СПІП для особистих потреб: порівняння середніх

Ward Method Кластер Асоціальна СПІП для особистих потреб	Q16.1. Споживаєте контент з "піратських" сайтів	Q16.2.Націлено пишете емоційні коментарі …	Q16.3. Користуєтесь анонімними акаунтами у в особистих цілях	Q16.4. Користуєтесь анонімними акаунтами для робочих цілей	Q16.5. Зламуєте сторінки соцмереж або сайти в особистих інтересах
1	3,52	3,90	3,89	3,89	4,13
2	1,87	3,67	3,13	3,64	4,15
Загалом	2,90	3,81	3,60	3,79	4,14

Примітка: значення для шкали: регулярно – 1; інколи – 2; рідко – 3; не роблю взагалі – 4; не знаю, як це робити – 5

Визначені два кластери відрізняються між собою переважно тим, що до другого кластеру відносяться респонденти, які частіше споживали контент з

піратських сайтів та користувалися, а також, хоча й рідко, анонімними акаунтами. До першого кластеру відносяться 62,2% опитаних, а до другого – 37,8%. Злами сторінок інших користувачі били не лише практикою, яку не проявляють опитані студенти, але й тією формою поведінку, яку вони не знали як реалізувати, що, на наш погляд, можна вважати позитивною тенденцією.

У групі просоціальної СПІП на благо суспільства кластерний аналіз також виокремлює два сегменти респондентів (Таблиця 2.7.).

Таблиця 2.7. Кластеризація респондентів, які реалізували просоціальну СПІП на благо суспільства: порівняння середніх значень

Ward Method Кластер Просоціальна СПІП на благо суспільства	Q16.6. Проявляєте діяльність на кіберфронті (блокування російської пропаганди, зламування російських сайтів тощо)	Q16.7. Донатите онлайн на ЗСУ	Q16.8. Донатите онлайн на підтримку постраждалих від війни в Україні
1	3,56	2,09	2,94
2	1,85	1,22	1,58
Загалом	3,05	1,83	2,54

Примітка: значення для шкали: регулярно – 1; інколи – 2; рідко – 3; не роблю взагалі – 4; не знаю, як це робити – 5

До другого кластеру відносяться саме активні студенти-користувачі, які регулярно практикували таку соціально-політичну інтернет-поведінку: з інтенсивністю вище середнього проявляли діяльність на кіберфронті, дуже часто донатили на ЗСУ та на підтримку постраждалих від війни. Кількість таких активістів складає 29,6% від усіх опитаних. До першого сегменту відносяться скоріше пасивні студенти, які проявляли просоціальну інтернет-поведінку не так інтенсивно, як учасники другого кластеру: дуже рідко займалися блокуванням ворожої пропаганди, інколи донатили на ЗСУ та рідко жертвували на підтримку постраждалих від війни. Цей кластер охоплює переважну кількість опитаних студентів – 70,4%.

Для того аби порівняти фактичні дані інтернет-поведінки студентів з їхніми приблизними оцінками власних онлайн-практик на соціально-політичну тематику, в анкеті ставилося відповідне для цього питання. Результати частотного аналізу показують, що 8,2% респондентів оцінили свою СПІП як активну, 46% студентів вказали на її середній рівень, 32% - низький рівень, ще 11,4% вказали взагалі не проявляють такої поведінки й надають перевагу іншим онлайн-практикам. В принципі, загальні оцінки студентів відповідають їхній загальній реальній соціально-політичній поведінці онлайн.

Наступним завданням в межах нашого кількісного соціологічного дослідження було з'ясувати наявність у студентів диспозицій до соціально-політичної інтернет-поведінки. В межах цього завдання важливим було дослідити вплив рис особистості, психологічних чинників, сформованості політичної поведінки мотивації та цінностей користувача на прояви ним різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки. Для досягнення цього завдання було проведено кореляційний аналіз між змінними, які вміщають в собі відповіді респондентів стосовно зазначених категорій. Для виявлення кореляції між змінними у програмі SPSS використовували коефіцієнт кореляції χ^2, а також для визначення сили зв'язку використовувалися супутні коефіцієнти, які використовуються при аналізі різних типів шкал (Паніотто, Максименко & Харченко, 2004, с. 214). Розглянемо результати цього аналізу для окремих диспозицій.

В межах анкетного опитування студентам ставилися питання про рівень володіння ними рисами характеру, перелік яких зумовлений результатами авторського якісного дослідження. Цими рисами характеру були альтруїзм, егоїзм, відповідальність, сміливість у висловленні своєї позиції, патріотизм, комунікабельність, співчутливість, впевненість, лідерство, лінь, скептицизм, байдужість.

При аналізі залежності різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки студентів та їхніх особистих рис було виявлено, що неформалізована поведінка онлайн (споживання інформації, прості дії в

інтернеті, створення контенту) залежить від таких рис: альтруїзм, відповідальність, патріотизм, комунікабельність, співчутливість, впевненість, лідерство та байдужість. Причому впевненість та відповідальність показують найсильнішу кореляцію (Див. Додаток 8, Таблиця 1.1.). Якщо розглянути таблицю спряженості, в якій показано розподіл відповідей респондентів зважаючи на риси особистості та загальний індекс неформальної СПІП, наприклад, для відповідальності, то можна побачити, що студенті, які відзначали у себе високий та середні рівні володіння цією характеристикою, вказували на прояви активної неформалізованої поведінки (Див. Додаток 8, Таблиця 1.2.). Для байдужості ці тенденції проявляються у зворотному зв'язку, тобто серед активних користувачів найменш байдужих студентів є найбільше.

Кореляційний аналіз для формалізованої інтернет-поведінки (використання інструментів е-демократії) показує її залежність від альтруїзму, сміливості у висловлюванні своєї позиції, патріотизму, комунікабельності, лідерства та скептицизму. Найсильніший зв'язок (хоча й слабкий) демонструє лідерство, високий рівень володіння яким, при аналізі таблиці спряженості, фігурує саме в активних користувачів формалізованих інтернет-технологій (Див. Додаток 8, Таблиці 2.1.-2.2.).

Стосовно проявів асоціальної поведінки в інтернеті (онлайн-піратство, тролінг, злам сторінок), то тут зв'язок виявлено з альтруїзмом, егоїзмом, відповідальністю, патріотизмом, комунікабельністю, лінню, скептицизмом та байдужістю. Патріотизм володіє найсильнішим з поміж інших рис зв'язком, який, при аналізі таблиці спряженості, означає, що серед студентів, у яких інтенсивність асоціальної інтернет-поведінки прослідковується найменше, більше тих, які зазначали про високий рівень патріотизму (Див. Додаток 8, Таблиці 3.1.-3.2.).

Просоціальна (боротьба на кіберфронті, донат-практики) інтернет-поведінка залежить від таких рис: відповідальність, сміливість у висловленні своєї позиції, патріотизм, лідерство, лінь та байдужість (Див. Додаток 8,

Таблиця 4.1.). Вищий рівень володіння позитивними рисами притаманний студентам, які вказували на інтенсивну просоціальну інтернет-поведінку, а вищий рівень негативних рис характеризує респондентів скоріше з низькою інтенсивністю таких онлайн-практик (Див. Додаток 8, Таблиці 4.2.-4.3.).

Щоб з'ясувати, яку роль відіграють психологічні бар'єри у проявах соціально-політичної інтернет-поведінки, респондентам ставилися питання стосовно їхнього страху піддатися критиці у віртуальному середовищі. Частотний аналіз показав, що серед студентів меншість таких, які бояться критики в інтернеті (5,3% з них переживають про це кожного разу під час проявів онлайн-поведінки, 34,4% не завжди думають про це). Кореляційний аналіз не показав зв'язку змінної про страх критики з загальними індексами соціально-політичної інтернет-поведінки, однак було виявлено кореляцію зі змінною в середині групи неформалізованих онлайн-практик – написанням відгуків в мережі (коефіцієнт Хі-квадрат = 0 значущий на 5% рівні, V Крамера = 0,239). Таблиця спряженості для змінних показує, що користувачі, які зазначали про наявність у них страху критики, схильні або мало коментувати контент в інтернеті, або взагалі цього не робити (Див. Додаток 8, Таблиця 5.).

Важливим питанням в межах дослідження диспозицій студентської молоді щодо їхньої соціально-політичної інтернет-поведінки, є аналіз віри респондентів в ефективність інтернет-практик. Аналіз частот відповідей на питання такого змісту демонструє результати: 13,8% студентів вважають, що інтернет-поведінка може мати вплив на соціально-політичні процеси у державі, а 33,9% зазначають, що вона скоріше має цей вплив, ніж не має. 35,7% респондентів відзначили, що інтернет-поведінка скоріше не має впливу, ще 12,2% вказали що точно не має. Кореляційний аналіз показує, що існує зв'язок між усіма формами соціально-політичної інтернет-поведінки (окрім асоціальної) та вірою студентів в ефективність інтернет-поведінки (Див. Додаток 8, Таблиця 6.1.). Таблиці спряженості для неформальної, формальної та просоціальної інтернет-поведінки показують, що студенти, які відповідали, що вірили, або скоріше вірили в силу онлайн-практик, вказували, що

проявляли вищу інтенсивність зазначених форм діяльності в Мережі (Див. Додаток 8, Таблиці 6.2-6.4.).

Наявність диспозицій до політики досліджувалося завдяки запитанням про наявність у респондентів політичної позиції та зацікавлення політикою в принципі. Студенти Львівської політехніки в більшій своїй кількості (75,4%) зазначали, що вони мають власну політичну позицію та в цілому цікавляться політикою (74,1%, з яких 17,2% дуже цікавляться, 56,9% цікавляться). При цьому, у віковому розподілі серйозних відмінностей у відповідях не спостерігається. Кореляційний аналіз показує, що наявність політичної позиції у студентів та зацікавлення ними політикою впливає на прояви їхньої соціально-політичної інтернет-поведінки з усіх визначених груп (Див. Додаток 8, Таблиця 7.1.). Завдяки виведеним таблицям спряженості бачимо, що, студенти, які вказували про регулярну соціально-політичну інтернет-поведінку, в основному також зазначали про наявність у них політичної позиції та зацікавлення політикою (Див. Додаток 8, Таблиці 7.2-7.9.).

Не менш важливим для вивчення диспозицій до проявів інтернет-поведінки є питання мотивації. В контексті анкетного опитування студентам ставилося питання про те, що їх мотивує проявляти інтернет-поведінку. Перелік варіантів відповідей у цьому питанні складений згідно з результатами авторського якісного дослідження. Представимо ці альтернативи одразу з відсотковими значеннями, аби розуміти частку студентів, які обрали той чи інший варіант мотивації: інтернет-поведінка може допомогти при розв’язанні соціально-політичних питань (54%); власний позитивний досвід соціально-політичної інтернет-поведінки (34%); приклад інтернет-поведінки інших користувачів (28%); проявляти поведінку в інтернеті – це нагадувати про своє існування в інтернеті (7%); проявляти поведінку в інтернеті – це бути як усі, не виділятися (1%); проявляти інтернет-поведінку на користь спільноти, групи, до якої належиш (23%); якщо попросять інші користувачі (12%); наявність великої аудиторії (9%); це необхідно для мого віртуального образу (2%); мене нічого не мотивує (15%), інше (1%). Помітно, що опитані студенти

найбільше мотивувалися тим, що поведінка може допомогти справитися з актуальною для них проблемою, що також ще раз підтверджує віру опитаних у вплив онлайн-практик на соціально-політичні процеси.

Якщо розглянути питання мотивації у розрізі груп соціально-політичної інтернет-поведінки, здійснивши при цьому кореляційний аналіз змінних, отримуємо такі результати: виявлено зв'язок індексу неформалізованих онлайн-практик з двома варіантами мотивації – «Інтернет-поведінка може допомогти при розв'язанні соціально-політичних питань» та «Мене нічого не мотивує». (Див. Додаток 8, Таблиця 8.1.). У першому варіанті зв'язок полягає у тому, що студенти в інтенсивних проявах такої поведінки мотивуються найчастіше саме вірою в ефективність онлайн-практик. У другому випадку, відсутність мотивації зумовлює зменшення інтенсивності проявів неформалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки (Див. Додаток 8, Таблиці 8.2-8.3.).

Для формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки, кореляційний аналіз показав залежність з такою мотивацією студентів: «Інтернет-поведінка може допомогти при розв'язанні соціально-політичних питань», «Приклад інтернет-поведінки інших користувачів», «Проявляти поведінку в інтернеті – це нагадувати про своє існування в інтернеті», «Це необхідно для мого віртуального образу», «Мене нічого не мотивує» (Див. Додаток 8, Таблиця 8.1.). Тут можна зробити деякі логічні висновки. По-перше, основним завданням інструментів е-демократії, які у нашому розумінні є формалізованими інтернет-технологіями, – задовольняти потреби громадян, тому логічно, що наявність такої мотивації зумовлює використання цих інструментів. По-друге, ефективність е-демократії можна побачити і на успішних кейсах інших громадян, тому такого плану мотивація теж зумовлює наявність онлайн-практик в межах формалізованих інтернет-технологій. По-третє, громадяни, використовуючи інструменти е-демократі, можуть представляти своє ставлення до актуальних проблем, тим самим нагадувати владі про своє існування, а також вони це можуть робити задля формування

іміджу в інтернеті. І останнє, відсутність мотивації навпаки зумовлює зменшення інтенсивності проявів формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки (Див. Додаток 8, Таблиці 8.4-8,9.).

Для асоціальних онлайн-практик виявлено зв'язок з мотивацією, яка полягає у тому, що, по-перше, користувачі не хотіли б виділятися в онлайн-середовищі, де проявляють таку поведінку. По-друге, асоціальна інтернет-поведінка може бути такою, що привертає увагу, тому її використання зумовлене наявністю в користувача великої аудиторії глядачів (Див. Додаток 8, Таблиці 8.10-8,11.).

Прямий лінійний зв'язок мотивації з відзначеною студентами просоціальною інтернет-поведінкою прослідковується у тому, що такі онлайн-практики допомагають вирішувати актуальні для користувача питання. Наявність цієї мотивації зумовлює високу інтенсивність проявів просоціальної інтернет-поведінки, що можна побачити на виведеній таблиці спряженості (Див. Додаток 8, Таблиця 8.12.).

Для виявлення зв'язку соціально-політичної інтернет-поведінки студентів та наявних у них цінностей, в анкеті було питання, яке полягало у визначенні важливості чи не важливості для респондентів цінностей, перелік яких був складений нами на основі даних експертного інтерв'ю, а також зважаючи на показники, які цінуються в країнах ЄС. До них належать: справедливість, демократія, повага до закону, саморозвиток/самореалізація, громадянський обов'язок, суспільне благо, розвиток суспільства, рівність, незалежність, толерантність, анонімність. Кореляційний аналіз дозволить нам з'ясувати які з названих цінностей мають значення при реалізації студентами активної соціально-політичної інтернет-поведінки у різних її групах.

При зіставленні неформалізованих онлайн-практик та переліку запропонованих цінностей було виявлено слабкий зв'язок з такими: громадянський обов'язок, суспільне благо, розвиток суспільства, незалежність та толерантність (Див. Додаток 8, Таблиця 9.1.). Респонденти, які вказували на активність у проявах неформалізованої соціально-політичної інтернет-

поведінки стосовно теми війни, зазначали також і про важливість для них перелічених цінностей (Див. Додаток 8, Таблиці 9.2-9.6.).

Далі кореляційний аналіз показав, що, відповідаючи на питання про інтенсивність формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки, активніші у цих проявах студенти вказували на важливість для них двох цінностей: демократії та розвитку суспільства (Див. Додаток 8, Таблиці 9.7-9.8.). Ці результати є апріорними, оскільки призначенням інструментів е-демократії є, власне, сприяння демократизації та розвитку суспільства.

Зв'язок між асоціальною онлайн-поведінкою та з усіма переліченими цінностями пояснюється тим, що студенти, які вказували на важливість таких ідеалів, в цілому схильні рідше проявляти несхвалені в суспільстві інтернет-практики, або й взагалі цього не робити. Винятком є анонімність, яка скоріше може сприяти асоціальній поведінці в інтернеті через приховання особистості та відсутність відчуття відповідальності за скоєне (Див. Додаток 8, Таблиці 9.9-9.10.).

Кореляційний аналіз для просоціальної онлайн-поведінки показав, що для активних у проявах таких практик студентів важливими стали такі цінності: справедливість, демократія, саморозвиток/самореалізація, громадянський обов'язок, суспільне благо, розвиток суспільства, незалежність. Власне, в умовах війни студенти, завдяки діяльності на кіберфронті, жертвуванню онлайн, змогли не просто допомагати суспільству, але отримали усвідомлення ваги власної участі, що є дуже важливим компонентом в плані самореалізації людини й громадянина.

Наступним завданням в рамках нашого емпіричного дослідження було з'ясувати наявність у студентів ресурсів для проявів соціально-політичної інтернет-поведінки – тобто вимір економічного, соціального і культурного капіталів.

В межах аналізу наявності у студентів економічного капіталу, окрім з'ясування рівня їхнього матеріального становища також ставилися питання стосовно володіння технічними ресурсами, тобто наявність у респондентів

пристрою для виходу в глобальну мережу. Було виявлено, що найпопулярнішим гаджетом для інтернет-включення серед опитаних студентів був смартфон – 98,9% респондентів зазначили що заходять в інтернет через мобільний телефон. Другим та третім за популярністю є відповідно нетбук/ноутбук (81,5%) та стаціонарний комп'ютер (23,3%). Варто одразу зауважити, що результати кореляційного аналізу не показали зв'язку конкретних груп соціально-політичної інтернет-поведінки від способу виходу в мережу. Виключенням є лише формалізовані онлайн-практики – студенти, які зазначали, що використовують інструменти е-демократії з інтенсивністю вище середнього зазначали, що робили це за допомогою, власне, найпопулярніших пристроїв, при чому саме смартфони найчастіше використовуються активними діячами (Див Додаток 8, Таблиці 10.1.-10.2.). Це пояснюється більшою мірою існуванням зручного та ефективного додатка «Дія», який молодь активно використовує в особистих потребах.

Стосовно матеріального становища студентства, то частотний аналіз показує, що серед опитаних 22,8% зазначали, що їм вистачає коштів лише на найнеобхідніші речі, себто їжа та одяг, 45,2% відповіли, що обмежують себе у покупках середньої вартості (гаджети, комп'ютери), ще 30,4% обмежують себе лише у великих покупках (авто, квартира) і лише 1,6% вказали, що ні в чому себе не обмежують. Кореляційний аналіз цієї змінної та індексів соціально-політичної інтернет-поведінки цілком передбачувано представив зв'язок лише з просоціальними онлайн-практиками, в основі яких лежать переважно жертвування грошей (коефіцієнт Хі-квадрат = 0,004 значущий на 5% рівні, V Крамера = 0,161). Це означає, що високу інтенсивність такої поведінки частіше проявляють студенти, які більш-менш фінансово забезпечені. Однак, варто зауважити, що й серед студентів, які в змозі забезпечити лише свої базові потреби, також є достатньо непогані показники просоціальної онлайн-поведінки (Див. Додаток 8, Таблиця 11.).

Наступним буде питання наявності у студентів соціального капіталу та його значення для соціально-політичної інтернет-поведінки, яке ми з'ясуємо

завдяки інтерпретації даних частотного та кореляційного аналізів щодо походження респондентів (тип поселення та регіон), статусів, які студенти займали в університеті, в організаціях та в інтернеті, а також довіри, яку опитані мали до різних соціальних інституцій, включаючи інтернет.

Розпочнемо з походження студентів. Частотний аналіз показує, що найбільше студентів було опитано з Львівської області (55,8%), на другому місці Рівненська область (7,4%), на третьому – Івано-Франківська (6,1%) (Див. Додаток 7, Таблиця 3.). Кореляційний аналіз не показав зв'язку соціально-політичної інтернет-поведінки з областю проживання респондента. Також не виявлено залежності з типом поселення, що говорить нам про відсутність цифрового розриву за географічною ознакою.

Далі розглянемо розподіл статусів студентів, та з'ясуємо їхній зв'язок з соціально-політичною інтернет-поведінкою. Стосовно університетського становища, то загалом більшість опитаних зазначили, що не володіють ще якимись статусами, крім студентського (81,7%). Однак, опитування пройшли й 18,3% старост, 5,8% активістів профбюро, а також в межах одного відсотка нарахується секретарів, голів різних відділів профбюро, та безпосередньо голів студентського самоврядування (Див. Додаток 7, Таблиця 5.). Невелике число залучених до університетського самоврядування не дозволяє нам зробити кореляційний аналіз для кожного статусу. Для того аби отримати результати, ми об'єднали усіх представників студентського самоврядування в одну групу, після чого здійснили кореляційний аналіз, який показав зв'язок з просоціальною інтернет-поведінкою (коефіцієнт Хі-квадрат = 0,008 значущий на 5% рівні, V Крамера = 0,191). Тобто, студентам, які займають певний статус в університетському самоврядуванні, частіше притаманна активна просоціальна діяльність в інтернеті (Див. Додаток 8, Таблиця 12.). Для просто студентів та старост кореляції не виявлено.

В межах організаційних позицій, нам важливо було з'ясувати наявність чи відсутність у респондентів статусу керівника і проаналізувати як він може впливати на прояви соціально-політичної інтернет-поведінки. Частотний

аналіз показав, що 13,7% опитаних колись працювали (або зараз працюють) на керівній посаді. В результаті кореляційного аналізу було виявлено зв'язок неформалізованої та формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки з наявним статусом керівника (коефіцієнт Хі-квадрат = 0 значущий на 5% рівні, V Крамера = 0,264 і 0,227). Це означає, що студенти-керівники вказували, що проявляли такі форми онлайн-поведінки з інтенсивністю вище середнього (Див. Додаток 8, Таблиці 13.1-13.2.).

Стосовно статусів в інтернеті, то в контексті анкети студентам ставилося питання про те, чи були вони адміністраторами груп, чи блогерами, чи простими користувачами, при чому можна було обрати кілька позицій одночасно. Найбільше було опитано студентів, які ідентифікували себе як прості користувачі (93,1%), але прослідковується наявність адміністраторів груп (14,6%), а також налічується 5,6% респондентів, які вважають себе блогерами/інфлюенсерами. Кореляційний аналіз для статусу простого користувача показав зв'язок з неформалізованими онлайн-практиками. В межах таблиці спряженості можна побачити, що цей статус має зворотний вплив на інтенсивність проявів таких онлайн-практик, тобто прості користувачі схильні більше до пасивності (Див. Додаток 8, Таблиці 14.1-14.2.). Також виявлено зв'язок неформалізованої інтернет-поведінки зі статусами адміністратор груп та блогер/інфлюенсер. Логічно, що, на відмінну від інтернет-практик простих користувачів, онлайн-поведінки студентів з такими статусами характеризувалися вищою інтенсивністю проявів (Див. Додаток 8, Таблиці 14.3-14.4.). Щодо формалізованих онлайн-практик, то було виявлено їх зв'язок з статусом адміністратора груп – студенти, які відзначали таку позицію в інтернеті скоріше були схильні використовувати інструменти е-демократії, хоча й не дуже часто (Див. Додаток 8, Таблиця 14.5.). Також студенти, які вказували, що вони є адміністраторами груп, вказували на низьку інтенсивність проявів асоціальної поведінки (Див. Додаток 8, Таблиця 14.6.). Кореляційний аналіз показав зв'язок просоціальної поведінки зі статусом

блогера – студенти-блогери, які жертвували або займалися боротьбою на кіберфронті робили це з високою інтенсивністю.

Важливим компонентом соціального капіталу є довіра. В ракурсі емпіричного дослідження ми з'ясовували наявність у студентів довіри до таких соціальних інституцій: сім'я, друзі, однолітки, органи центральної влади, органи місцевої влади, судова система в цілому, політика в цілому, інструменти е-демократії, кібербезпека. Також окремо студентам ставили питання про рівень довіри до інтернет-ресурсів: загальнонаціональних інтернет-медіа, регіональних інтернет-медіа, західних інтернет-медіа, офіційних сайтів/сторінок українських міністерств, офіційних сторінок, каналів, груп українських високопосадовців (Президента, міністрів, мерів тощо), сторінок громадських організацій, інформації від блогерів/інфлюенсерів, сторінок друзів/колег/знайомих, сторінок родичів. Найбільше студенти довіряли своєму близькому оточенню – баланс довіри/недовіри (різниця між частками тих, хто довіряє, і тих, хто не довіряє) до сім'ї складав 85,7%, до друзів/однолітків – 71,1%. Органам центральної та місцевої влади студенти довіряли менше (баланс довіри сягає відповідно 40,2% та 19,3%). Найнижчий рівень довіри в студентів до судової системи (-23,1%), що відповідає загальноукраїнським тенденціям. Прослідковується довіра студентів до кібербезпеки (60,8%) та до інструментів е-демократії (37,9%) (Див. Додаток 7, Таблиця 9.). Кореляційний аналіз показав зв'язок різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки з довірою/недовірою до певних соціальних інституцій. Так, неформалізовані онлайн-практики пов'язані з довірою/недовірою до органів центральної та місцевої влади (активні студенти більшою мірою зазначали про свою довіру до цих соціальних інституцій), а також до судової системи та політики загалом (недовіра до цих інституцій зумовлювала низьку інтенсивність онлайн-поведінки). Такі самі тенденції прослідковуються й щодо формалізованої інтернет-поведінки, однак замість органів місцевої влади кореляція присутня з довірою до інструментів е-демократії (серед активних користувачів більше

тих, які довіряють такому інституту). Студенти, які зазначали, що довіряють органам центральної та місцевої влади, інструментам е-демократії та кібербезпеці частіше зустрічаються ті, хто рідко проявляв асоціальну онлайн-поведінку або й взагалі цього не робили. Активну просоціальну поведінку реалізовували більшою мірою ті студенти, котрі вказували на довіру до друзів та однолітків, до органів центральної, місцевої влади, до інструментів е-демократії та кібербезпеки. Недовіра до судової системи знову мала негативний вплив – студенти з меншою довірою вказували на менші прояви просоціальних онлайн-практик (Див. Додаток 8, Таблиця 15).

Стосовно рівня довіри до інтернет-ресурсів, то в перші шість місяців війни студенти найбільше довіряли офіційним сайтам та сторінкам українських міністерств (баланс довіри-недовіри – 80,4%) та офіційним сторінкам/каналам/групам українських високопосадовців – 77,8%. Більш-менш середній баланс довіри-недовіри спостерігається до загальнонаціональних, регіональних, західних інтернет-медіа та до сторінок громадських організацій. Найнижчий рівень довіри у студентів спостерігався до інформації від блогерів/інфлюенсерів (-35,7%) (Див. Додаток 7, Таблиця 10). Загалом можна сказати, що недовіра до інформаційних ресурсів зумовлювала нижчу інтенсивність соціально-політичної інтернет-поведінки студентів і найбільший такий вплив прослідковувася на неформалізованих онлайн-практиках (Див. Додаток 8, Таблиця 16.1.).

Дослідження наявності культурного капіталу та його впливу на прояви соціально-політичної інтернет-поведінки студентської молоді нами проводилося завдяки аналізу рівня громадянської освіти та медіаграмотності. Зокрема, ми запитували студентів Львівської політехніки про те, чи вивчали вони в університеті дисципліни з циклу громадянської освіти. Загалом відсоток тих, хто вивчав такі дисципліни переважає тих, хто не вивчав (53,2% порівняно з 39,2%). Кореляційний аналіз наочно демонструє наскільки є важливими курси громадянської освіти у закладі вищої освіти: серед активних у проявах формалізованої, неформалізованої та просоціальної інтернет-

поведінки найбільше тих студенті, які вказували, що вивчали такі дисципліни, а от асоціальні онлайн-практики частіше прослідковувалися саме у тих, хто не вивчав (Див. Додаток 8, Таблиці 17.1.-17.5.).

Для виміру медіаграмотності ми задавали студентам питання про те, як часто та якими способами в перші пів року війни вони займалися фактчекінгом. В результаті аналізу відповідей респондентів було з'ясовано, що 31,7% студентів займалися перевіркою інформації з регулярністю раз в день і частіше, також 31,7% опитаних зазначали, що займаються фактчегінгом раз чи кілька разів на тиждень, раз чи кілька разів на місяць цим займаються 18,3% досліджуваних, ще 18,3% вказували, що взагалі цього не роблять.

Щодо способів перевірки інформації, то найпопулярнішими практиками серед студентів виявилися: «Читаю про новину з різних джерел, не пов'язаних між собою» – 81,5%; «Оцінюю авторитетність джерела» – 69%; «Сприймаю цю інформацію як одну з можливих версій подій» – 51,9%. Найнижчий показник серед способів фактчекінгу прослідковується у зверненні до організації, які займаються перевіркою інформації – 9,3%. Також ми задавали студентам питання стосовно їхньої обізнаності в таких ресурсах і результати відповідей виявилися невтішними: більшість опитаних взагалі не знали про існування фактчекінгових організацій, а серед тих хто знав дуже мале число, власне, читали їхні аналітичні матеріали. Найбільш відомими для студентів виявилися StopFake, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки та Детектор медіа.

Більш обнадійливими виявилися результати відповідей студентів щодо питання відповідальності за контент в інтернеті. 72% опитаних відзначали, що самі користувачі мають відповідати за те, що вони пишуть в мережі. Також 66,9% вважали, що відповідальність за інформацію мають нести власники та керівники соціальних мереж. Ще 37,3% зазначали, що цим має займатися держава Див. Додаток 7, Таблиця 15).

В межах анкети ми ставили студентам також питання, яке стосувалося, того чи вважають вони себе публічними особами, чи авторитетами для інших

користувачів. Це запитання потрібне для того, аби виміряти наявність у студентів символічного капіталу, та з'ясувати як він може впливати на прояви інтернет-поведінки. Дані частотного аналізу показують, що 9% та 10,6% опитаних вважають себе відповідно публічними особами та авторитетами для інших користувачів. Кореляційний аналіз показує залежність неформалізованої поведінки студента зважаючи на те, що він вважає себе авторитетом для інших (коефіцієнт Хі-квадрат = 0,046 значущий на 5% рівні, V Крамера = 0,184). Для публічності поряд з неформалізованою поведінкою було виявлено зв'язок і з формалізованою (коефіцієнт Хі-квадрат = 0,000 та 0,012 значущий на 5% рівні, V Крамера = 0,233 та 0,161). Це означає, що студенти, які вважали себе авторитетами та публічними особами проявляли скоріше більш інтенсивну в цих групах онлайн-практик, ні ті, які вказували що не вважають себе такими (Див. Додаток 8, Таблиці 16.2.-16.3.).

Останнім завданням в межах авторського емпіричного дослідження було виявити приналежність респондентів до різних типів середовищ (політичного, соціального, віртуального). Дані частотного аналізу показують невелике число залученості студентів до політичної партії (всього 3 студенти), до організації «Пласт» (4 студенти). Також 6 студентів вказали що перебувають у шлюбі. Для такого числа даних кореляційний аналіз проводити недоречно. Більш промовистими є дані стосовно залучення студентів до громадських об'єднань (9%), а також наявність працевлаштування (39,4%). Результати кореляційного аналізу та виведені таблиці спряженості показали, що ті студенти, які вказували приналежність до громадських об'єднань, частіше проявляють формалізовану, неформалізовану та просоціальну інтернет-поведінку з інтенсивністю вище середнього. Стосовно працевлаштованих студентів, то тут тенденція протилежна – респонденти вказували на нижчу інтенсивність онлайн-практик. Однак якщо розглядати загальну кількість регулярних користувачів, то серед них більше працевлаштованих студентів. І в першому, і в другому випадку кореляції з асоціальною інтернет-поведінкою не виявлено (Див. Додаток 8, Таблиці 18.1.-18.7.).

Важливим в рамках нашого дослідження було виявити зв’язок соціально-політичної інтернет-поведінки зі сферою науки, в межах якої навчається студент. Кореляційний аналіз відповідей студентів соціогуманітарних та математико-технічних спеціальностей з загальними індексами груп соціально-політичної інтернет-поведінки не показав зв’язку, тому залежності будемо вимірювати з окремими проявами онлайн-практик. Було виявлено кореляцію та відмінність у проявах інтернет-поведінки студентів двох сфер науки за такими показниками: лайкаю/дизлайкаю інформацію стосовно теми війни, поширюю інформацію стосовно теми війни (репости), створюю власний контент на тему війни (пости, фото, відео) на особистій сторінці у соцмережах чи сайті, отримую електронні державні послуги (е-реєстрація, е-довідка, е-черга), споживаєте контент з «піратських» сайтів, користуєтесь анонімними акаунтами для робочих цілей, донатите онлайн на підтримку постраждалих від війни в Україні (Див. Додаток 8, Таблиця 19).

Якщо розглядати інтенсивність інтернет-поведінки респондентів в межах своїх сфер, то студенти, які навчаються на спеціальностях соціогуманітарних галузей наук у своїй групі частіше ніж представники математико-технічної сфери зазначали, що проявляли інтенсивну інтернет-поведінку. Лише у випадках проявів асоціальних онлайн-практик (інтернет-піратство та використання анонімних акаунтів) студенти математико-технічного напрямку випереджали студентів протилежної групи. Тому можна стверджувати, що напрям підготовки студента відіграє важливу роль в плані ресурсу соціально-політичної інтернет-поведінки.

Залучення студентства до віртуального середовища ми досліджували шляхом аналізу відповідей на питання щодо джерел інформації, якими вони користуються, а також завдяки виявленню частоти використання безпосередньо інтернету. Цілком передбачувано, що соціальні мережі та месенджери були найпопулярнішим джерелом інформації для студентів Львівської політехніки (98,9%), оскільки такі дані повторюють загальнонаціональні тенденції для молодої категорії населення. Також не є

дивним інформація про те, що найпопулярнішим соціальним медіа був Telegram (99,5%). На другому місці опинилось безпосереднє спілкування з родичами, друзями, знайомими (58,7%), що можна пояснити тим, що в перші місяці війни люди дуже гуртувалися та перебували переважно в колі близького оточення. На третьому місті – інтернет (без соцмереж), який використовували як джерело інформації 51,3% студентів, що переважає сумарний показник для традиційних медіа (36,7%). Частота використання інтернету у перші пів року війни була високою – 85,2% респондентів вказали, що користувалися інтернетом з інтенсивністю понад три години на день, 13,8% – менш як три години на день (Див. Додаток 7, Таблиця 6).

Проведене соціологічне дослідження підтверджує наші припущення про те, що дія чи бездіяльність в інтернеті зумовлена наявністю, чи відсутністю низки економічних, культурних та соціальних чинників. Також можна сказати, що запропонована теоретична ситуативна модель соціально-політичної інтернет-поведінки придатна для використання на практиці задля дослідження особливостей поведінки користувачів та задля аналізу окремих факторів впливу на проявленні онлайн-практики. Користь цієї схеми у тому, що отримані кількісні дані стосовно інтенсивності, орієнтованості та продуктивності соціально-політичної інтернет-поведінки дозволяють чітко розподілити користувачів на групи, завдяки чому можна виявити наскільки впливовими можуть бути результати їхньої діяльності.

Дослідження на прикладі студентів Львівської політехніки показало, що прояви соціально-політичної інтернет-поведінки вкладаються в рамки патерналістської моделі взаємовідносин громадян із владою, при якій студентська молодь більшою мірою використовує надані їй можливості та технології в особистих цілях, та меншою мірою бере участь у генерації нових ідей та прийнятті важливих для забезпечення суспільного блага рішень.

Причиною такої ситуації є те, що для проявів активної соціально-політичної інтернет-поведінки необхідним є наявність високого рівня

економічного, культурного та соціального капіталів, яких у більшості опитаних студентів є недостача.

Варто зауважити, що підвищення інтенсивності базових практик віртуальної поведінки (зацікавлене споживання соціально-політичної інформації) разом з попитом у молоді на державні електронні послуги є позитивними тенденціями, оскільки сприяють поінформованості та включеності молоді у соціально-політичний контекст, що допомагає розвивати громадянську свідомість, критичне мислення, а також готовність до проявів складніших форм соціально-політичної поведінки онлайн і офлайн.

Варто зробити ремарку про те, що студенти могли утверджувати свою суб'єктність завдяки реальних проявів соціально-політичної поведінки, однак, як було зазначено в результатах експертного інтерв'ю, якщо людина дійсно є активною, то вона цю активність транслює усіма можливими способами. Тому, якщо користувач виявляється абсолютно пасивним в інтернеті, малоймовірно, що ця людина буде активістом в реальному житті. Особливо актуальний такий висновок саме для молодої категорії населення.

Висновки до четвертого розділу

Четвертий розділ дисертаційного дослідження був присвячений розгляду теми ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у формуванні громадянського суспільства в ракурсі вторинного аналізу наявних емпіричних даних та, більшою мірою, для інтерпретації результатів авторського соціологічного дослідження.

Встановлено, що за означеною темою в українській емпіричній соціології не налічується достатнє число досліджень, які б дозволили здійснити точну оцінку тому, яку роль посідають онлайн-практики у динаміці соціально-політичних процесів. Одначе, було проаналізовані емпіричні дані, дотичні до окресленої тематики, які дозволяють зробити деякі корисні висновки. В цілому, результати моніторингових та актуальних загальнонаціональних соціологічних досліджень показують зростання інтернет-проникнення в

українському суспільстві, пришвидшені темпи якого зумовлені наслідками глобальної пандемії та війни, що триває на території країни. Ці зовнішні фактори також спричинили зміни у проявах інтернет-поведінки, зокрема вплинули на приріст соціально-політичної активності, на якісне зміщення онлайн-практик, особливо серед молоді, та загалом на зміну ставлення українців до такої поведінки.

Зважаючи на дефіцит теоретичного та практичного матеріалу за темою впливу соціально-політичної інтернет-поведінки на формування громадянського суспільства в Україні, було здійснено авторське соціологічне дослідження, яке складалося з двох етапів. Результати першого етапу, який полягав у проведенні експертних інтерв'ю та їхнього якісного аналізу, дозволили концептуалізувати соціальну-політичну інтернет-поведінку та сформувати на основі цього авторську теоретичну модель для емпіричного виміру поведінки у віртуальному середовищі. Другий етап соціологічного дослідження полягав у проведені анкетного опитування зі студентами Національного університету «Львівська політехніка», з метою, по-перше, перевірки авторської теоретичної моделі та, по-друге, виміру особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки та, на основі цього, формулювання висновків про залученість студентської молоді цього ЗВО до соціально-політичних процесів в країні, зокрема й до творення громадянського суспільства. Зрештою, запропонована теоретична ситуативна модель соціально-політичної інтернет-поведінки виявилась придатною для використання на практиці, а виміряні завдяки їй особливості соціально-політичної інтернет-поведінки дозволили виявити позитивні та негативні тенденції у проявах віртуальних практик студентства.

ВИСНОВКИ

Для досягнення основної мети дисертаційної роботи було виокремлено конкретні завдання, які дозволили детальніше вивчити предмет дослідження. Першим ми ставили перед собою завдання встановити й описати специфіку підходів низки соціогуманітарних наук до розуміння інтернет-поведінки у соціально-політичній сфері. В цьому контексті дослідження інтернет-поведінки є важливим напрямом вивчення ролі сучасних інформаційно-комунікативних технологій, який дозволяє розуміти взаємодію людей в цифровому просторі та вплив інтернету на різні аспекти соціально-політичного життя. В межах дисертаційного дослідження розглянуто специфіку розуміння інтернет-поведінки з точки зору філософії, економічної теорії, психології та політології. Філософський підхід до інтернет-поведінки полягає у тому, що вона може бути розглянута з погляду моралі та етики. Іншим важливим завданням філософського підходу є вивчення ефектів інтернет-поведінки на людську культуру та суспільство заголом. З точки зору економічної теорії, інтернет-поведінка розглядається в ракурсі бізнесових та споживацьких практик в онлайн-середовищі, досліджуються можливості та фактори впливу на купівельну поведінку користувачів інтернету. Представники психологічних наук при розгляді інтернет-поведінки роблять акцент на вивченні внутрішньоособистісних процесів, які відбуваються при взаємодії з інтернетом. В межах політичної науки інтернет-поведінка розглядається з точки зору участі чи неучасті громадянина у політичних процесах. Велика увага приділяється питанню ролі інтернет-технологій у маніпулюванні політичною свідомістю та формуванні політичної культури, що дозволяє таким чином управляти політичною поведінкою громадян.

Наступне завдання, яке було поставлено в рамках дисертаційного дослідження – виокремити особливості соціологічного підходу до розуміння поняття соціальної поведінки й на його основі визначити та операціоналізувати концепт соціально-політичної інтернет-поведінки. Соціологічний підхід спрямований на дослідження соціально-політичної

інтернет-поведінки в ракурсі соціальної поведінки, яка проявляється у віртуальному середовищі. Таким чином соціально-політична інтернет-поведінка пояснена в межах наукових концепцій доглобалізаційного періоду розвитку соціології (мікро- та макросоціологічні теорії), а також періоду становлення й розвитку глобалізаційних та інформаційно-комунікативних процесів (інтегративна соціологія, постмодернізм тощо). Опираючись на аналіз окреслених теорій, було визначено соціально-політичну інтернет-поведінку як онлайнову поведінку, що, залежно від її форми, є одним із засобів впливу на соціально-політичні проблеми в суспільстві та, за логікою принципу дуальності системи, який прослідковується у представників інтегративної парадигми, зокрема й у П. Бурдьє, в сукупності з соціальними діями інших учасників суспільства в рамках соціальних відносин, може забезпечувати його зміни та поступ. З іншого боку, віртуальна поведінка зазнає прямих чи опосередкованих впливів соціальної структури. Для того, аби визначити особливості факторів впливу на віртуальну поведінку молоді, було здійснено теоретичне моделювання соціально-політичної інтернет-поведінки в межах структуралістського конструктивізму П. Бурдьє. Ця концепція дозволила виокремити низку чинників, які потенційно відіграють роль при здійсненні молоддю певних поведінкових практик соціально-політичного спрямування в інтернеті: габітус (інтереси, стереотипи, цінності, потреби, мотивація, риси характеру), який людина формує в процесі дорослішання, соціалізації, навчання; наявність капіталів (економічного, культурного, соціального, символічного); середовище (соціальне, політичне, віртуальне).

В межах виконання третього завдання дисертаційного дослідження, яке стосувалося розкриття сутності поняття соціально-політичної інтернет-технології та аналізу його взаємозв’язку із концептом соціально-політичної інтернет-поведінки, завдяки огляду наукової літератури, було з’ясовано, що соціально-політична інтернет-технологія є системою послідовних дій, які реалізуються за допомогою інформаційно-комунікативних технологій (інтернету), з метою досягнення соціально-політичних результатів, залежно

від цілі, яку ставить (або не ставить) перед собою суб'єкт, та від умов середовища. Поняття «соціально-політична інтернет-технологія» охоплює соціальні аспекти, тобто способи поведінки людини у віртуальному середовищі, взаємодії з іншими користувачами, що формують соціальні відносини та практики; політичний вимір – вплив на думки, поведінку людей та управління державними процесами; використання засобів та інструментів для створення, поширення, збереження, обміну та управління інформацією в інтернеті (інформаційно-комунікативний підхід).

З урахуванням того, що соціально-політичні інтернет-технології також можуть програмуватися з боку держави, виникає необхідність для співставлення цього поняття з іншим важливим концептом – соціальна інституція. Соціально-політична інтернет-технологія, на відміну від соціальної інституції, яка об'єднує в собі соціальні практики виключно легітимізованого характеру, допомагає уявляти, проєктувати та конструювати системи суспільства завдяки різним способам досягнення цілей (різним формам соціально-політичної інтернет-поведінки, включаючи нелегітимізовані). Соціальні інституції ж за допомогою цих технологій спроможні забезпечувати стабільність, порядок у суспільстві, а також забезпечувати зміни в системі. Технологізований характер змін у суспільстві сприяє м'якшому переходу до нової організації системи й запобігає її руйнації.

Далі в дисертаційному дослідженні, відповідно до поставлених завдань, розглядалися підходи до трактування поняття громадянського суспільства, шляхів його розвитку й окреслення ролі соціально-політичних інтернет-практик в цьому процесі. Термін «громадянське суспільство», в результаті аналізу трактувань соціологів минулого та сучасності, означає відокремлену від держави, проте функціонуючу в рамках її кордонів, складну соціальну конструкцію; комплексний феномен, який володіє соціокультурним та соціально-політичним характером, існування якого забезпечують соціальні інституції, сформована громадянська культура та соціальні практики громадян. Зважаючи на те, що було визначено соціально-політичну інтернет-

поведінку як частину соціальних практик, віртуальна поведінка сприяє поступу громадянського суспільства. Було з'ясовано, що різні типи соціально-політичної інтернет-поведінки, зокрема формалізовані та неформалізовані онлайн-практики, мають місце в процесах демократизації, що також, через взаємозв'язок громадянського суспільства з державою, впливає на його розвиток. У зв'язку з цим, прояви громадянами соціально-політичної інтернет-поведінки можуть розглядатися як один зі шляхів розвитку громадянського суспільства. В результаті аналізу класифікацій онлайн-практик та їх особливостей на теренах українського інтернету, було визначено рівні (високий, середній, низький), види (індивідуальна, колективна, масова), форми (використання різних соціально-політичних інтернет-технологій) та типи (активність, пасивність, слактивізм) соціально-політичної інтернет-поведінки. Акцент було зроблено саме на типах онлайн-практик, оскільки ця категорія вміщує в собі всі згадані параметри для класифікації поведінки.

Відсутність в українському соціологічному дискурсі достатньої теоретичної бази щодо визначення ролі соціально-політичної інтернет-поведінки у процесах розвитку громадянського суспільства, де, зокрема, найбільшою прогалиною є поняття «слактивізм», зумовила потребу проведення авторського якісного соціологічного дослідження. Внаслідок поєднання теоретичного моделювання в межах концепції П. Бурдьє та результатів якісного аналізу експертних інтерв'ю, було запропоновано ситуативну тривимірну модель соціально-політичної інтернет-поведінки. В основі цієї моделі було покладено три показники виміру соціально-політичної інтернет-поведінки – орієнтованість, продуктивність та інтенсивність. За допомогою цих показників вимірюється мета, мотиви та регулярність використання юзерами, зокрема й студентською молоддю, різноманітних соціально-політичних інтернет-технологій. Значення цих показників дозволяють віднести практики конкретного користувача до відповідного типу соціально-політичної інтернет-поведінки – активіст, слактивіст чи пасивний юзер, завдяки чому можна пояснити специфіку та роль віртуальних практик у

регулюванні соціально-політичних проблем. Дослідження результативності (наслідків) окремих проявів в інтернеті стосовно конкретних соціальних проблем надалі дозволить виявити роль сукупної інтернет-поведінки користувачів у регулюванні цієї проблеми. При цьому, дослідження впливу факторів, які ми окреслювали в межах теоретичного моделювання, дозволяє зрозуміти причини проявів конкретних форм соціально-політичної інтернет-поведінки, та, при потребі, розробити рекомендації та програми дій для зміни онлайн-практик користувачів.

Наступним завданням нашого дисертаційного дослідження було здійснити емпіричну верифікацію концептуальної моделі соціально-політичної інтернет-поведінки та на основі отриманих даних зробити висновки щодо ролі віртуальних практик молоді у розвитку громадянського суспільства в Україні. Це завдання було виконано на другому етапі авторського соціологічного дослідження. Зважаючи на те, що запропонована модель є ситуативною, а, отже, розрахованою на вимір особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки конкретних груп користувачів стосовно визначеної соціальної проблеми, кількісне соціологічне дослідження проводилося зі студентами Національного університету «Львівська політехніка» та стосувалося досвіду їхніх онлайн-практик в перші пів року повномасштабної війни в Україні. Результати показали, що половина студентів цього ЗВО проявляла активність у споживанні соціально-політичної інформації в інтернеті. Активістів у проявах простих неформалізованих дій в інтернеті на соціально-політичну тематику взагалі не прослідковувалось, студенти в цьому випадку проявляли слактивізм та пасивність. Абсолютна більшість студентів також була пасивною у творенні контенту на соціально-політичну тему. Якщо брати до уваги використання формалізованих інструментів електронної демократії, то менше половини опитаних студентів активно використовували електронні державні послуги (найбільше додаток та портал «Дія») задля особистих потреб, решта – були пасивними. Щодо інструментів е-демократії, призначених для суспільних потреб, то студенти

виявилися пасивними у їх використанні й здебільшого навіть інертними (без дій взагалі). Позитивні тенденції спостерігаються у проявах студентами асоціальних форм соціально-політичної інтернет-поведінки – вони виявилися слактивістами (нечасті прояви) та пасивними користувачами несхвалених суспільством соціально-політичних інтернет-технологій. Хороші показники студенти продемонстрували у проявах просоціальної віртуальної поведінки: третина опитаних була активною, решта – проявляли слактивізм (поведінку з невисокою інтенсивністю).

Окреслена соціально-політична інтернет-поведінка студентів Львівської політехніки пояснюється патерналістською моделлю взаємодії громадян з владою. У цьому випадку студенти переважно використовують інструменти та технології, що їм надаються в межах можливостей інтернету та інституту електронної-демократії, для особистих цілей, а менше займаються генерацією нових ідей та участю в прийнятті важливих рішень для суспільного блага. Незважаючи на це, приріст базової практики віртуальної поведінки, а саме – зацікавленого споживання соціально-політичної інформації, разом з попитом на державні електронні послуги, є позитивними тенденціями, які сприяють підвищенню інформованості та включеності молоді у соціально-політичний контекст, що, своєю чергою, зумовлює розвиток громадянської свідомості, критичного мислення та готовності до активних форм соціально-політичної поведінки в онлайні та офлайні.

Причина низької активності студентської молоді пояснюється відсутністю високого рівня економічного, культурного та соціального капіталів, необхідного для проявів активної соціально-політичної інтернет-поведінки, у більшості опитаних студентів. Не меншу роль відіграють кризові події в країні. За даними загальнонаціональних досліджень, повномасштабна війна в країні змінила якісні та кількісні показники реальної та віртуальної соціально-політичної поведінки українських громадян. У випадку зі студентами НУ «ЛП» це могло також вплинути на практики саме активного споживання контенту і на донат-активність.

Зважаючи на те, що в опитуванні брали участь студенти одного ЗВО, його результати не можуть бути екстрапольовані на всю категорію населення, однак, вони виявилися корисними, адже продемонстрували придатність запропонованої ситуативної моделі соціально-політичної інтернет-поведінки, яку надалі можна використовувати для глибинного аналізу інтернет-поведінки в межах, наприклад, масових віртуальних спільнот.

Останнім завданням дисертаційного дослідження було сформулювати на основі отриманих теоретичних та емпіричних даних рекомендації стосовно регулювання соціально-політичної інтернет-поведінки.

Отже, результати теоретичного та емпіричного досліджень дозволяють зробити рекомендації для низки суб'єктів соціально-політичного життя.

Суб'єктам освітньої діяльності найперше слід сприяти широкому використанню сучасних інформаційно-комунікативних технологій на всіх рівнях освіти, прищеплювати молоді звички до грамотного використання цих технологій. Зокрема, у закладах вищої освіти викладачам необхідно навчати студентів використовувати інформаційно-комунікативні технології предметно для потреб конкретної спеціальності, що дозволить студентам краще розуміти користь від таких технологій та у майбутньому застосовувати їх якісно і грамотно. Для цього викладачі самі повинні бути обізнані та володіти достатнім вмінням використання ІКТ. Тому закладу вищої освіти (й іншим суб'єктам освітньої діяльності) потрібно здійснювати підтримку викладачів, забезпечувати їх необхідними навичками та знаннями щодо використання інформаційно-комунікативних технологій для вузькопрофільних цілей та загальнолюдських потреб. Ефективними інструментами для досягнення такої мети є тренінги, цифрові навчальні ресурси для викладачів щодо ефективного використання ІКТ у навчальному процесі, у яких розробляються та використовуються цифрові навчальні матеріали, веб-конференції, відеолекції, електронні підручники та інші ресурси, які можуть покращити рівень знань та навичок спочатку викладачів, а потім і студентів. В Національному університеті «Львівська політехніка», наприклад, таке навчання для

викладачів існує у вигляді курсів підвищення кваліфікації. Однак, окрім введення такого механізму, потрібно забезпечувати й перевірку його ефективності (моніторинг, опитування слухачів таких курсів), оскільки існує ймовірність, що викладачі можуть не використовувати отримані знання на практиці під час взаємодії зі студентами.

Якщо розглядати саме соціально-політичну спрямованість освіти, то суб'єктам освітньої діяльності, зокрема закладам вищої освіти, велику увагу слід приділяти суспільствознавчим дисциплінам та курсам громадянської освіти, користь яких якраз у тому, що вони допомагають розкрити потенціал студентів, розвиваючи критичне мислення, громадянську свідомість та розширюючи культурний світогляд. Тому університетам (особливо це стосується технічно спрямованих ЗВО) варто переглянути вибірковий статус таких курсів, який призводить до того, що, в кращому випадку, студенти досить побіжно вивчають ці дисципліни, а в гіршому – взагалі оминають, вважаючи їх непотрібними.

Важливо зауважити також, що освіта та усестороннє інформування користувачів (включаючи висвітлення проблеми в ЗМІ) про наслідки поведінки в інтернеті можуть бути ефективними інструментами для уникнення амбівалентності віртуальних дій (пропагуючи лише конструктивні онлайн-практики). Навчальні курси, громадські ініціативи, спрямовані на підвищення медіаінформаційної грамотності, обізнаності у кіберзахисті, культури мережевого спілкування та етики в інтернеті, можуть допомогти користувачам краще розуміти наслідки своїх дій, вчасно виявляти та уникати шкідливих практик.

Зважаючи на амбівалентний характер онлайн-поведінки, варто порушувати питання її регулювання на **законодавчому рівні**, переглянути й оновити застарілі закони, зважаючи на актуальні запити громадянського суспільства. Важливим є уточнення у законах термінів, які трактуються сьогодні недостатньо чітко, що надає свободу дій різноманітним інтернет-шахраям та робить можливим уникнення від відповідальності за скоєний

електронний злочин. Особливо важливим є регулювання проблем використання маніпулятивних технологій, інформаційного шахрайства та інтернет-піратства. Варто зауважити, що багато інтернет-платформ, зокрема соціальні мережі, вже мають свої внутрішні правила і політику, що регулюють поведінку користувачів. Ці правила можуть стосуватися булінгу, ненависті, спаму та інших шкідливих практик. Заохочення саморегуляції та встановлення механізмів швидкого реагування на порушення можуть сприяти боротьбі з асоціальною та антисоціальною онлайн-поведінкою.

Державним структурам та політичним суб'єктам реагувати на онлайн-поведінку громадян, зокрема молоді, брати її до уваги, аби ця категорія населення почувала себе потрібною та розуміла рівень своєї впливовості. В нинішніх українських реаліях інститут е-демократії наділяє громадян здебільшого лише статусом спостерігача, в кращому випадку – консультанта. Показовим тут є один з інструментів е-демократії – написання електронних петицій. В Україні петиції мають лише консультативний, а не імперативний характер, як це є в деяких європейських країнах, які практикують петиції обов'язкового характеру для органів влади. Тому є сенс переглянути нинішній правовий статус електронних петицій в Україні, щоб в майбутньому зробити його дієвим засобом для комунікацій між громадянами та владою, а не просто опитуванням громадської думки.

Науковцям у сфері досліджень інтернет-технологій варто займатися аналізом ширшого спектра показників соціально-політичної інтернет-поведінки, брати до уваги значення пасивних онлайн-практик та слактивізму, а також особливу увагу приділяти вивченню маніпулятивних впливів та інформаційній війні. Такі дослідження можуть бути корисними державним структурам, наприклад, Міністерству цифрової трансформації для оцінки результативності державної політики в процесі діджиталізації суспільства, зокрема електронної демократизації. Ці дослідження можуть показати сильні і слабкі сторони онлайн-практик українських громадян та допомогти при розробці програми для покращення ефективності державної політики. Не

меншу цінність такі дослідження матимуть й у **приватному чи громадському секторі**, оскільки суб’єкти соціально-політичного життя зможуть коригувати свої інформаційні кампанії у віртуальному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

«Громадянське суспільство України в умовах війни-2022» - звіт за результатами дослідження. (б. д.). Єднання. https://ednannia.ua/news/nashi-novini/12447-gromadyanske-suspilstvo-ukrajini-v-umovakh-vijni-2022-zvit-za-rezultatami-doslidzhennya

Аналітичний звіт «Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг». (2023, Січень 14). UNDP. https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/analitychnyy-zvit-dumky-i-pohlyady-naselennya-ukrayiny-shchodo-derzhavnykh-elektronnykh-posluh

Бауман, З., & Донскіс, Л. (2014). *Моральна сліпота. Втрата чутливості у плинній сучасності* (О. Буценко, Перекл.). Київ: Дух і літера.

Бевзенко, Л., & Злобіна, О. (2021). Волонтерство в умовах інституційних та структурних змін: ґенеза та агентні впливи. *Український соціологічний журнал*, (26), 27-38. https://doi.org/10.26565/2077-5105-2021-26-03

Біленький, В. Є., & Козловець, М. А. (Ред.). (2006). *Соціологія: словник термінів і понять*. Київ: Кондор.

Бірюкова, М. В. (2016). Соціальні технології та соціальне проектування в соціологічній практиці. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: Збірник наукових праць. Т.ІІ. Серія «Спеціальні та галузеві соціології»,* 3, 74-86.

Бодріяр, Ж. (2004). *Символічний обмін і смерть* (Л. Кононович, Перекл.). Львів: Кальварія.

Бойко, Н. Л. (2018). Громадянська активність онлайн: до соціологічного портрету українського користувача Інтернету. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць*, 1 (37), 61–65.

Бойко, Н. Л. (2021). *Інтернет як ресурс демократизації українського суспільства.* [Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора соціологічних наук, Інститут соціології НАН України]. Київ.

Бондаренко, О. В. & Слюсаренко, Ю. Л. (2019). Біхевіоризм від Джона Б. Уотсона до Е. Толмена. *Наукові горизонти*, 2, 80–85. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau_2019_2_14

Боротьба в інформаційній та культурній царинах: що думають українці про державну мовну політику та пропаганду на тлі агресії РФ. (2022, Червень 2). Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. https://dif.org.ua/article/borotba-v-informatsiyniy-ta-kulturniy-tsarinakh-shcho-dumayut-ukraintsi-pro-derzhavnu-movnu-politiku-ta-propagandu-na-tli-agresii-rf

Бортніков, В. (2007). Політична участь, політична активність, політична діяльність, політична поведінка: спільне й особливе. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*, 19, 49-55.

Буданова, О. Б. (2015). *Політична комунікація в Інтернет-просторі: Український контекст* [Дис. к. соціологічних. наук, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна]. Харків.

Булатевич, М. М. (2013). Принцип мультикультуралізму в теорії громадянського суспільства Джеффрі Александера. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент,* 12, 62-70.

Бурдьє, П. & Вакан, Л. (2015). *Рефлексивна соціологія. Частина II: Чиказький воркшоп*. Київ: Медуза.

Бучинська, А. (2022). Діджиталізація виборчого процесу: виклики та перспективи впровадження в Україні. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін : зб. наук. праць*, 31, 100-110. https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series22.2022.31.11

Ватаманюк, З. О. (2018). Раціональність поведінки людини в економічній науці: класичний та неокласичний підходи. *Економічна теорія та право,* (33), 11-25.

Ващенко, А. С. (2019). Моделі взаємодії громадянського та політичного суспільства: теоретико-концептуальний аспект. *Політичне життя,* 4, 4-9. https://doi.org/10.31558/2519-2949.2019.4.1

Ващенко, К. О. (1999). *Політичні технології як чинник демократичного розвитку суспільства.* [Автореф. дис. ... канд. політ. наук, Нац. ун.-т «Одеська юридична академія»]. Одеса.

Вегеш, І. (2014). Місце та роль людини у структурі «Суспільства споживання» Жана Бодріяра. *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Політологія. Соціологія. Філософія*, 17, 19–25.

Виздрик, В. & Мельник, О. (2023). Інформаційна безпека в Україні: сучасний стан. *Грааль науки*, (24), 196–202. https://doi.org/10.36074/grail-of-science.17.02.2023.034

Виноградова, О. В., Крижко, О.В. & Богуш, С. А. (2021). Популярність біхевіоризму у маркетинговій практиці. *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії.* Матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 10 червня 2021 року). Київ.

Вишняк, О. (2018a). Соціологічні дослідження політичної поведінки, політичних процесів та інститутів. *Академічна соціологія в Україні (1918–2018*), (1), 367–382.

Вишняк, О. (2018b). Тенденції змін членства в політичних партіях та партійної ідентифікації громадян України. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 1, 103–117.

Войнова, Е. О. (2021). Концепція мережевого суспільства як структурно-функціоналістська основа теорії електронної демократії. *Політикус: наук. журнал*, (1), 12–19. https://doi.org/10.24195/2414- 9616.2021-1.2

Володько, В. В. (2008). Рольова теорія в сучасній соціологічній перспективі. *Український соціум*, 2(25), 19-33. https://doi.org/10.15407/socium2008.02.019

Габермас, Ю. (2000). *Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії "громадянське суспільство"* (А. Онишко, Перекл.). Львів: Літопис.

Генсерук, Г. (2019). Цифрова компетентність як одна із професійно значущих компетентностей майбутніх учителів. *Електронне наукове фахове видання «Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету»*, (6), 8-16. https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019.6.816

Голка, В. Є. (2016). *Громадсько-політичний краудсорсинг і краудфандинг як новітні форми політичного активізму* [Дис. к. пол. наук, Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»]. Одеса.

Головаха, Є. Паніна, Н. (2006). Основні етапи та тенденції трансформації українського суспільства: від перебудови до «помаранчевої революції». *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 3, 32-51.

Головаха, Є. (2016). Українське суспільство: шляхи трансформації. *Український соціологічний журнал*, 1-2, 26-30.

Григорова, З. В. (2017). Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі — ієрархія інформаційного простору. Т*ехнологія і техніка друкарства : збірник наукових праць*, 3(57), 93–100.

Груєва, О. В. (2016). Постструктуралізм і постмодернізм як методологічне підґрунтя дослідження політичного акціонізму. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*, (6), 24-32.

Гудзенко, О. З. (2019). Соціальний активізм як практика формування мережевих суспільних рухів. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 22(11), 47-55. https://doi.org/10.15421/10.15421/171997

Гудзенко, О., & Щепова, Д. (2022). Цифрова нерівність як стратифікаційний модус інформаційного суспільства. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*, 5(2), 96-103. https://doi.org/10.15421/342225

Гулай, В. (2014). *Блумер Герберт. Історія політичної думки: навч. енцикл. словник-довідник для студентів вищ. навч. закл.* Львів: Новий Світ-2000.

Данилова, Т. В. & Гоян, І. М. (2021). Вплив соціальних мереж на психологічне функціонування особистості: до постановки проблеми. *Науковий журнал «Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія»*, 12(4), 117-123. http://dx.doi.org/10.31548/hspedagog2021.04.117

Данько, Ю. А. (2017). Концепт «політичні технології» у вітчизняному науковому дискурсі. *Сучасне Суспільство: Політичні Науки, Соціологічні Науки, Культурологічні Науки*, 1(13), 41–49. https://doi.org/10.5281/zenodo.580226

Дев'ятнадцяте загальнонаціональне опитування. Аномія в українському суспільстві (20-21 листопада 2022). (2022, Грудень 8). http://ratinggroup.ua/research/ukraine/dev_yatnadcyate_zagalnonac_onalne_opituvannya_anom_ya_v_ukra_nskomu_susp_lstv_20-21_listopada_2022.html

Дембіцький, С. С. & Хляпатура, Б. М. (2013). Пояснення процесу демократизації в теоріях інституціоналізму раціонального вибору та культурної модернізації: порівняльний аналіз. *Український соціум*, (3), 19-31.

Демчук, В. С. (2022). Дайджест опитувань U-Report: IV квартал 2022 р. (медіаграмотність, молодіжні ради, бонуси від волонтерства). *Український соціум*, 4 (83), 92-104. https://doi.org/10.15407/socium2022.04.092

Денисюк, С. Г. (2013). *Політична комунікація: ціннісні основи та механізми реалізації в умовах сучасного суспільного розвитку* [Дис. ... доктора політичних наук, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова]. Київ.

Динаміка довіри соціальним інституціям у 2021-2022 роках. (2023, Січень 13). КМІС. https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1174&page=1

Діхтяренко, С. Ю. & Березюк, М. О. (2020). Психологічні аспекти діяльності особистості в інформаційному середовищі. Сучасні тренінгові технології

для розвитку особистості: еко-тренінги. Збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Умань, 14 травня 2020 року). Умань, 19-21.

Дія. Цифрова Освіта. (б. д.). https://osvita.diia.gov.ua/research

Дорош, Л. (2022). Чинники і тенденції посилення проявів постправди у сучасній політичній практиці. *Humanitarian vision*, 8(1), 13-18. https://doi.org/10.23939/shv2022.01.013

Дослідження newage. 2022: digital-ринок України. (2022, Червень 30). newage. - digital advertising agency. https://newage.agency/uk/blog-uk/doslidzhennya-newage-2022-digital-rinok-ukraini/

Дюркгайм, Е. (1998). *Самогубство: Соціологічне дослідження* (Л. Кононович, Перекл.). Київ: Основи.

Зуєв, В. М. (2012). Соціальні технології в царині соціальної інженерії і соціального конструювання. *Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Політологія. Соціологія. Право*, 2, 29-33. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_soc_2012_2_8

Луман, Н. (2010). *Реальність мас-медіа* (В. Іванов & М. Мінаков, Ред.). Київ: ЦВП.

Іванова, Т.В. (2017). Соціальний конструктивізм у розрізі соціологічного знання. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 17, 37-40. http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprfc_2017_17_12

Інформації з яких джерел більше довіряють українці та якими, на їхню думку, є критерії професійності журналістів. (2022, Вересень 19). Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. https://dif.org.ua/article/informatsii-z-yakikh-dzherel-bilshe-doviryayut-ukraintsi-ta-yakimi-na-ikhnyu-dumku-e-kriterii-profesiynosti-zhurnalistiv

Казаков, М. (2017). Фуко і Латур: два нариси соціальної теорії. *Філософська думка*, (2), 73-89.

Кастельс, М. (2007). *Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства* (Е.Г. Ганиш, А.Б. Волкова, Перекл.). Київ: «Видавництво «Ваклер».

Климанська, Л. Д. (2007). *Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної «кухні»: монографія.* Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка».

Климчук, В. О. (2015). *Мотиваційний дискурс особистості: на шляху до соціальної психології мотивації: монографія*. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка

Кокарча, Ю. А. (2020). Слактивізм як форма політичної участі в соціальних мережах. *Теорія і практика сучасної науки та освіти (частина І)*: матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 22-23 жовтня 2020 року. – Львів: Львівський науковий форум, 49-50

Кокарча, Ю. А. (2022). Деструктивний вплив нових форм активності в соціальних мережах на політичну культуру. *Актуальні проблеми політики* : зб. наук. пр., 69, 74-79. https://doi.org/10.32837/app.v0i69.1305

Колодій, А. Ф. (2002). *На шляху до громадянського суспільства. Теоретичні засади й соціокультурні передумови демократичної трансформації в Україні. Монографія*. Львів: Червона Калина.

Комплексне дослідження: ЯК ВІЙНА ЗМІНИЛА МЕНЕ ТА КРАЇНУ. ПІДСУМКИ РОКУ. (2023, Лютий 21). Соціологічна Група Рейтинг. http://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nila_mene_ta_kra_nu_p_dsumki_roku.html

Користування інтернетом серед українців: результати телефонного опитування, проведеного 13-18 травня 2022 року. (2022, Червень 1). КМІС. https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1115&page=1

Культурні практики населення України: поведінка та ставлення. (2023, Березень 20). КМІС. https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=news&id=1211&page=1

Литовченко, І. Л. (2008). *Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу: Монографія*. Київ: Наукова думка.

Луман, Н. (2011). *Поняття цілі і системна раціональність: щодо функції цілей у соціальних системах* (М. Бойченко, В. Кебуладзе, Перекл.). Київ: Дух і літера.

Луцишин, Г. І., & Савка, В. Є. (2023). Демократія в сучасній Україні: інституційні трансформації. Габітус. №

Лучинкіна, А. І. (2012). Типологія віртуальних ідентичностей особистості. *Вісник післядипломної освіти*, 8, 226-231.

Ляшенко, Г. П. & Моткалюк, Р. В. (2013). Інтернет-маркетинг та його інструменти. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*, 3(62), 59-65.

Мазаракі, А. & Волосович, С. (2023). Краудфандинг благодійності в умовах протидії збройній агресії. *SCIENTIA·FRUCTUOSA (ВІСНИК Київського національного торговельно-економічного університету)*, 147(1), 4–16. https://doi.org/10.31617/1.2023(147)01

Максименко, С. Д. & Пасічник, І. Д. (2012). Когнітивна психологія в контексті дослідження пам'яті людини. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Психологія і педагогіка*, 20, 3-16. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoapp_2012_20_3

Максименко, С. Д. (2015). Психоаналітичні теорії розвитку особистості та психіки. *Проблеми сучасної психології*, 28, 7-20. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspl_2015_28_3

Марійко, С. В. (2015). *Homo virtualis у структурі сучасного суспільства.* [Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук, Державний вищий навчальний заклад «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. Переяслав-Хмельницький.

Маркс, К. & Енгельс, Ф. (1984). *Вибрані твори : у 3-х т.* Київ: Політвидав України.

Матійчик, А. В. (2016). Самоорганізація громадянського суспільства як чинник демократичної модернізації політичної системи України [Дис. канд. політ. наук, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника]. Івано-Франківськ.

Матюхін, Д. А. (2017). Стиль життя як соціальна практика: теоретичний аналіз основних підходів. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 75, 81-87.

Матюшина, І. І. (2017). Дві теорії комунікативної дії: Ю. Габермас і М. Попович. *Актуальні проблеми філософії та соціології: Науково-практичний журнал*, 20, 67-70.

Мельникова-Курганова, О. С. (2022). Засоби інформаційного впливу під час війни: типи, трансформація, тенденції. *Матеріали X конгресу «Авіація в XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології». Київ: Національний авіаційний університет,* 6.2.154-6.2.157.

Метельова, Т. О. (Ред.) (2002). *Дюркгайм Е. Первісні форми релігійного життя: тотемна система в Австралії*. Київ: Юніверс

Митко, А. М. (2014). І*нформаційна демократія: реалії та виклики часу: [монографія]*. Луцьк: Вежа-друк.

Михайлюк, Л. М. (2007). Розвиток особистості в гуманістичній психології А. Маслоу та К. Роджерса. *Вісник національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Філософія. Психологія. Педагогіка: [зб. наук. пр.]*, 2 (20), [ч. 1], 89-92.

Михальчук, С. О. (2017). *Інтернет-комунікації як чинник демократизації електоральної участі громадян України* [Дис. к. політичних наук, СНУ ім. Лесі Українки]. Луцьк.

Мишок, Р. (2020а). Політичний відеоблогінг як соціально-політична інтернет-поведінка. *Соціологія – соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем:* Матеріали X Міжнародної наукової конференції. 14-15 травня 2020 року, Львів, 38-41.

Мишок, Р. (2021a). Особливості інтернет-поведінки користувачів включених до соціальної структури віртуальної спільноти. *Соціологія у (пост)сучасності.* Збірник тез доповідей XIX Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених (м. Харків, 18-19 березня 2021 р.), Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 82-83.

Мишок, Р. (2022a). Хакерство як практика соціально-політичної інтернет-поведінки. *Соціологія – Соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем* (Львів, 9–10 червня 2022 р.): збірник матеріалів XII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 54-57.

Мишок, Р. Р. & Школяр, М. В. (2016). Маніпулятивні технології у сучасному українському політичному дискурсі. *Соціологія – соціальна робота – регулювання соціальних проблем:* Матеріали VI Всеукраїнської конференції молодих науковців. 21-22 квітня 2016 року. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 96-101.

Мишок, Р. Р. (2018). Інструменти електронної демократії в Україні**.** *76 студентська науково-технічна конференція*: Збірник тез доповідей. Львів: НУ «ЛП» , 270-273.

Мишок, Р. Р. (2019). Громадянська інтернет-поведінка львівської студентської молоді: спроба визначення і класифікації. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського». Політологія. Соціологія. Право*, 3 (43), 104-110.

Мишок, Р. Р. (2020b). «Цифровий розрив» як деструктивний чинник формування громадянського суспільства в Україні. *Актуальні дослідження в соціальній сфері:* матеріали п’ятнадцятої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 18 травня 2020 р.), Одеса: ФОП Бондаренко М. О., 28-30.

Мишок, Р. Р. (2020c). Комплексний підхід до визначення поняття «соціальний портрет інтернет-користувача». Габітус, 19, 15-20. https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.19.2

Мишок, Р. Р., & Климанська, Л. Д. (2020a). Роль громадянської освіти у реалізації соціально-політичної інтернет-поведінки української молоді. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 8 (39), 231, 75–78. https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-231VIII39-17

Мишок, Р. Р., & Климанська Л. Д. (2020b). Неолуддизм як бар'єр для розвитку громадянського суспільства в Україні. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*, 8 (36), 2, 94–102. https://doi.org/10.51647/kelm.2020.8.2.15

Мишок, Р. Р. (2021b). Формування та роль Інтернет-мемів в українському суспільстві. *Соціологія, соціальна робота та соціальне забезпечення: сучасні практики соціального регулювання*: збірник наукових праць викладачів, аспірантів та студентів кафедри соціології та соціальної роботи Національного університету «Львівська політехніка», Львів, 58–62.

Мишок, Р. Р. (2022b) Феномен українського піратства у розрізі соціально-політичної інтернет-поведінки. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 39, 113–119. https://doi.org/10.32782/apfs.v039.2022.19

Мишок, Р. Р. (2022c). Онлайн-волонтерство як форма соціально-політичної інтернет-поведінки. *Актуальні дослідження в соціальній сфері*: матеріали дев'ятнадцятої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 17 травня 2022 р.), Одеса: ФОП Бондаренко М. О., 63-65.

Мишок, Р. Р. (2022d). Соціально-політична інтернет-поведінка у структурі сучасних українських інтернет-практик. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 37, 153–157. https://doi.org/10.32782/apfs.v037.2022.25

Мишок, Р. Р. (2022e). Фейки в середовищі учнівської молоді (на прикладі м. Львова). *Перспективи. Соціально-політичний журнал*, 1, 147–155. https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2022.1.20

Мишок, Р., & Климанська, Л. (2021). Слактивізм в українських інтернет практиках. В *Development of scientific, technological and innovation space in Ukraine and EU countries* (3rd ed, с. 263–292). Riga, Latvia: Publishing House "Baltija Publishing". https://doi.org/10.30525/978-9934-26-151-0-42

Мордовець, М. В. (2015) *Політичний активізм та форми його правової регламентації в країнах Європи* [Дис. канд. політ. наук, Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського]. Одеса.

Мудра, І. (2020). Особливості розпізнавання інформаційних воїнів (ботів, тролів і ломів) у соціальних мережах. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*, 4, 165-169.

Настояща, К. В. (2019). Практики самопрезентації в інтернет-просторі: форми і тенденції. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 22(1), 20–28. https://doi.org/10.15421/17193

Наумова, М. (2015). Рухливість соціально-політичних цінностей українців і перспективи ефективної демократії. *Мінливості культури: соціологічні проекції*, 165-189.

Наумова, М. (2018). Типи громадянської культури українців: між підданським та партиципаційним режимами. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*, 5(19), 263-277.

Недбай, В. В. (2012). *Інноваційні політичні медіа-технології в системі політичних комунікацій* [Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук, Національний університет «Одеська юридична академія»]. Одеса.

Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи (2016). https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf

Олійник, В. (2023, Лютий 27). *Чи чує громадян Банкова: чому буксують петиції до Зеленського?* Чесно. https://www.chesno.org/post/5525/

Олійник, О., & Солошенко, О. (2023). Громадянська освіта як фундамент багатовекторності освітнього процесу в межах Болонської системи. *Науковий інформаційний журнал*, 86-92. DOI:10.30837/nc.2023.1-2.86

Омельчук, О. М. (2013). *Поведінка людини: філософсько-правовий вимір*. [Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора юридичних наук, Львівський державний університет внутрішніх справ]. Львів.

Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. (2022). *Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р.* https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf?fbclid=IwAR3HW8VIA0k-9KvpxWnNG50MDFx7vVbqnX-xnTkwTseT7WzsxeHr4j67Gbs

Осипчук, А. Д. (2013). Габітус як механізм синтезу структури й агентності в соціологічній теорії П'єра Бурдьє. *Наукові записки. Соціологічні науки,* 148, 3-10.

Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.). (2023, Березень 15). Разумков Центр. https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r

Павлова, Т. (2017). Обов'язковість раціональної поведінки як розумної та соціально необхідної у німецькій класичній філософії. *Гілея: Науковий Вісник*, 126 (11), 231-234.

Паніотто, В. & Харченко. Н. (n.d.) *Довіра соціальним інститутам*. Вилучено 06, Травень 2023, із http://kiis.com.ua/materials/KMIS-Review/04(06-2012)/ds.php?file=04_KR_2_Analit1.pdf

Паніотто, В. І., Максименко, В.С., & Харченко, Н.М. (2004). *Статистичний аналіз соціологічних даних*. Київ: Видавничий дім «КМ Академія».

Патнем, Р. Д., Леонарді, Р. & Нанетті, Р. Й. (2001). *Творення демократії. Традиції громадянської активності в сучасній Італії* (В. Ющенко, Перекл.). Київ: Основи.

Пилат, Н. (2005). Проблема конфліктності людських стосунків у ракурсі філософсько-соціологічних та психологічних інтерпретацій. *Соціогуманітарні проблеми людини*, 1, 119-125.

Пилинський, Я. (Ред.). (2017). *Громадянська освіта: від теорії до практики* Київ: Стилос.

Повод, Т.М. & Адвокатова, Н.О. (2020). Поведінкова економіка: сутність та концептуалізація поняття. *«Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка»*, 2, 213-221.

Поліщук, І. О. & Лур'є, В. К. (2015). Політичні технології: концептуальний та прикладний аспекти. *Сучасне суспільство*, 2(1), 142-150. http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2015_2%281%29__16

Поліщук, О. О. (2016). Історія поняття «політичні технології. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія : Філософії*, 1 (28), 186–195.

Половая, Н. О. (2015). Феномен інтернету як модус інформаційних технологій: соціологічний аналіз. *Грані*, 1, 82-86. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_1_17

Почепцов, Г. (2011, Липень 2). *Високі гуманітарні технології як складова шостої технологічної хвилі*. ms.detector.media. https://ms.detector.media/tip-statti/post/9374/2011-07-02-vysoki-gumanitarni-tekhnologii-yak-skladova-shostoi-tekhnologichnoi-khvyli/

Почепцов, Г. (2012, Грудень 23). *Інформаційно-комунікативні процеси в сучасних суспільствах*. ms.detector.media. https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/5317/2012-12-23-informatsiyno-komunikatyvni-protsesy-v-suchasnykh-suspilstvakh/

Почепцов, Г. Г. (2022). *Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дій*. Харків: Віват.

Рацул, О. А. (2022). Вплив громадянської культури та ціннісних орієнтацій на формування громадянського суспільства. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*, (206), 69-74. https://doi.org/10.36550/2415-7988-2022-1-206-69-74

Резнік, О. (2003). *Політична самоідентифікація особистості за умов становлення громадянського суспільства* [монографія]. Київ: Інститут соціології НАН України.

Резнік, О. (2011). *Громадянські практики в перехідному суспільстві: чинники, суб'єкти, способи реалізації*. Київ: Інститут соціології НАН України.

Резнік, О. (Ред.). (2019). *Соціологічні виміри громадянського суспільства в Україні.* Київ: Інститут соціології НАН України.

Рено, Ф. (2006). Громадянське суспільство. *Дух і Літера*, 15-16, 293-301.

Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 жовтня 2018 р. № 710-р «Про схвалення Концепції розвитку громадянської освіти в Україні». *Офіційний вебпортал парламенту України.* https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/710-2018-p#Text

Розпорядження Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2017 р. № 797-р «Про схвалення Концепції розвитку електронної демократії в Україні та плану заходів щодо її реалізації». *Офіційний вебпортал парламенту України.* https://zakon.rada.gov.ua/go/797-2017-%D1%80

Савка, В. Є., & Мишок, Р. Р. (2018). Електронна демократія в Україні: інституційний аналіз. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, 41, 35–41.

Савка, В. Є. (2009). Соціальний інститут/соціальна інституція: спроба термінологічного розмежування та визначення. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: зб. наук. праць. Харків: ВЦ ХНУ імені В. Н. Каразіна.* 15, 158 -162.

Самопочуття українців під час війни: емоції, очікування, особистий досвід – опитування у західних та центральних регіонах. (2022, Червень 7). Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. https://dif.org.ua/article/samopochuttya-ukraintsiv-pid-chas-viyni-emotsii-ochikuvannya-osobistiy-dosvid-opituvannya-u-zakhidnikh-ta-tsentralnikh-regionakh_

Саппа, М. М. (2009). Соціальні технології у структурі соціологічного знання *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*, 3 (46), 260-265.

Свинаренко, Г. & Кіца, М.О. (2019). Своєрідність формування іміджу України в російських інтернет-виданнях в умовах інформаційної війни. *Проблеми журналістики: вчора, сьогодні, завтра: збірник матеріалів І Міжнародної наукової онлайн-конференції студентів та молодих дослідників, 4 квітня 2019 року, Львів: Видавництво Львівської політехніки*, 160–163.

Свідерська, О. (2016). Політико-психологічні виміри детермінант політичної поведінки. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*, 9, 89–94.

Северинюк, В. М. (2010). *Політична поведінка як феномен суспільного життя: теоретико-методологічні проблеми.* [Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова]. Київ.

Семенда, Д. К. & Семенда, О. В. (2018). Дослідження поведінки споживачів в сучасних ринкових умовах. *«Молодий вчений»*, 1 (53), 535-540.

Семенець-Орлова, І., Михайлич, О., Борер, К. & Ретцель, М. (2018). *Розвиток громадянських компетентностей в Україні: результати соціологічних досліджень (DOCCU).* Київ: ТОВ «Агентство «Україна».

Соболевська, М. А. (2011). Постструктуралістська стратегія категоріального синтезу соціологічної теорії П. Бурдьє як спроба концептуального переосмислення інтегративних засад суспільного життя. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, 12, 6-11. http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2011_12_3

Соболевська, М. О. (2013). Соціальний порядок та соціальна інтеграція крізь призму синтетичної соціологічної теорії Е. Гіденса. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, (18), 19-27.

Соболевська, М. О. (2012). Порядок із парадокса: неофункціоналістська інтерпретація соціального порядку у системній теорії Н. Лумана. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, 17, 19-27.

Солдатова, В. Ю. (2014). Візуальні підходи у вивченні нераціональних складових людської поведінки. Методологічні аспекти. *Мультиверсум. Філософський альманах*, 4-5, 199-209.

Стандратюк, Д. (2022). Концепція відкритості Юрґена Габермаса та потенціал її використання для аналізу публічної сфери в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії,* (44), 240–246. https://doi.org/10.30970/pps.2022.44.30

Стегній, О.Г (2019). Інституційні засади та основні організаційні форми громадських обговорень в Україні. *Український соціум*, 1 (68), 9–22. https://doi.org/10.15407/socium2019.01.009

Степаненко, В. П. (2015). *Громадянське суспільство: дискурси і практика*. Київ: Інститут соціології НАН України.

Сусська, О. О. (2020). *Інформаційне поле персоніфікованого суб'єкта в медіапросторі сучасного суспільства* [Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора соціологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка]. Київ.

Тимченко, М. С. (2022). Розвиток сервісу «Дія» в умовах війни. Нові можливості публічного управління. *Публічне управління та регіональний розвиток = Public Administration and Regional Development: наук. журн*, 17, 834–866.

Токвіль, А. (1999). *Про демократію в Америці. У двох томах* (Г. Філіпчук, М. Москаленко, Перекл.). Київ: Видавничий дім «Всесвіт».

Трофименко, О., Прокоп, Ю., Логінова, Н. & Задерейко, О. (2019) Кібербезпека України: аналіз сучасного стану. *Захист інформації*, 21(3), 150-157. https://doi.org/10.18372/2410-7840.21.13951

Фоміних, Н. Ю. (2009). Сутність поняття «інформаційно-комунікаційні технології» та їх значущість на сучасному етапі інформатизації освіти.

Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: зб. наук. пр., 5 (58), 396–400.

Френсіс Фукуяма — про українські реформи й майбутнє демократії. (2018, Квітень 25). https://hromadske.ua/posts/fukuiama-reformi-v-ukraini-maibutnie-demokratii

Фуко, М. (2020). *Наглядати та карати: народження в'язниці* (П. Таращук, Перекл.). Комбук.

Фукуяма, Ф. (б. д.). *Соціальний капітал* (Л. Шевчук, Перкл.). Вилучено 07, Травень 2023, із http://www.ji.lviv.ua/n53texts/fukuyama.htm

Хлівнюк, Т. П. (2016). Основні визначення терміна «політичний активізм» у сучасному політичному дискурсі. *Політикус*, 1, 60-63.

Хміль, Я. В. (2021). *Соціологічні аспекти використання Інтернету у повсякденному житті українського студентства* [Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук, Львівський національний університет імені Івана Франка]. Львів.

Хміль, Я. В. (2015). Видове різноманіття інтернет-практик українських студентів. *Грані*, 12(1), 100-103.

Черниш, Н. (2017). Соціологія сьогодні: тенденції та перспективи розвитку. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 4, 5-21. http://nbuv.gov.ua/UJRN/stmm_2017_4_4

Четверікова, Л. (2012). Проблема інституалізації соціального капіталу як передумови розвитку громадянського суспільства в Україні. У*країнська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. пр.,* 24, 62-66.

Чувардинський, О. (2006). Історична рефлексія поняття «громадянське суспільство» та його філософська еволюція. *Політичний менеджмент*, 3, 69-75.

Шевчук, О. В. (2020). Індиферентність політичних технологій: структурний і функціональний виміри. *Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр.*, 66, 11-16.

Шелухін, В. (2013). Раціональність у добу пізнього Модерну: до розвитку методологічної основи розуміння онтології множинності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія*, (1), 75-78.

Шелухін, В. А. (2018). Інтернет-піратство як раціональний вибір. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць,* № 3 (39), 50–58.

Штомпка, П. (2020). *Соціологія. Аналіз суспільства* (Г. Теодорович, Перекл.). Львів: Колір ПРО

Шюц, А, & Лукман, Т. (2004). *Структури життєсвіту* (В. Кебуладзе, Перекл.). Київ: Український Центр духовної культури.

Щербина, В.В. (2011). Постмодерністська концепція соціальної дії З. Баумана. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 51, 65-73.

Щурко, О. (2007). Ю. Габермас про інституціалізацію сфери громадської відкритості. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, (30), 78-84.

Янсонс, Я. В. (2020). Розвиток правового механізму публічного управління впровадженням інструментів електронної демократії. *Публічне управління та митне адміністрування*, 3 (26), 83 – 90.

Янченко, А. О. (2013). Слактивізм – проблема політичної участі в Інтернеті чи «невизначене» поняття? *Грані*, 10(102), 56–60.

Alexander, J. C. (1988). *Action and its environments: toward a new synthesis*. Columbia University Press.

Alexander, J. C. (2006). *The civil sphere.* Oxford University Press.

Alexander, J. C. (ed.). (1998). *Neofunctionalism and after*. Blackwell Publishers.

Alscher, P., Ludewig, U., & McElvany, N. (2022). Civic Education, Teaching Quality and Students' Willingness to Participate in Political and Civic Life: Political Interest and Knowledge as Mediators. *Journal of youth and adolescence*, 51(10), 1886–1900. https://doi.org/10.1007/s10964-022-01639-9

Barberá P, Wang N, Bonneau R, Jost JT, Nagler J, Tucker J, et al. (2015). The Critical Periphery in the Growth of Social Protests. *PLoS ONE*, 10(11): e0143611. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0143611

Berger, P. L.& Luckmann, T. (1966). T*he Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: Anchor Books.

Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: perspective and method*. Prentice-Hall.

Bourdieu, P. (1985). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood.

Bourdieu, P. (1987). *Choses dites.* Paris: Éditions de Minuit

Bourdieu, P. (1989). Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, *7*(1), 14–25. https://doi.org/10.2307/202060

Brandtzaeg, P., & Heim J. A. (2011). Typology of social networking sites users. *International Journal of Web Based Communities*, 7(1), 28-50.

Butler, M. (2011) *Clicktivism, Slacktivism, or 'Real' Activism? Cultural Codes of American Activism in the Internet Era* [Master's thesis]. University of Colorado Boulder

Cabrera, N. L., Matias, C. E. & Montoya, R. (2017). Activism or slacktivism? The potential and pitfalls of social media in contemporary student activism. *Journal of Diversity in Higher Education* (electronic journal), 10(4), 400-415. https://doi.org/10.1037/dhe0000061

Castells, M. (1999). Information Technology, Globalization and Social Development. *Discussion paper, Geneva: UNRISD*, 114, 14-15.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed., with a new pref). Wiley-Blackwell.

Cornish, D. & Clarke, R. V. (1986). *The reasoning criminal: Rational choice perspectives in offending*. Springer-Verlag: New York, NY.

Dahrendorf, R. (2008). *The modern social conflict: the politics of liberty* (Completely rev. 2nd ed). Transaction Publishers.

Digital 2023: Global Overview Report. (2023, January 26). DataReportal – Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report

Durkheim, É. (1960). *The division of labor in society* (G. Simpson, Trans.). Glencoe, Illinois: Free Press.

Foster, M. D., Hennessey, E., Blankenship, B. T., & Stewart, A. (2019). Can "slacktivism" work? Perceived power differences moderate the relationship between social media activism and collective action intentions through positive affect. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(4), Article 6. https://doi.org/10.5817/CP2019-4-6

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. University of California Press, Berkeley.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of modernity*. Polity Press.

Golovakha, E. I., & Panina, N. V. (2017). The development of a democratic political identity in contemporary Ukrainian political culture. In *Nationalism, ethnicity, and identity* (pp. 403-426). Routledge.

Gramsci, A. (1992). *Prison notebooks* (J. A. Buttigieg, Ed.). Columbia University Press.

Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E., & Puranen, B. (2022). *World Values Survey Time-Series (1981-2022) Cross-National Data-Set*. World Values Survey Association. https://doi.org/10.14281/18241.17

Hagen, P.& Robertson, T. (2010) Social technologies: challenges and opportunities for participation. *PDC '10: Proceedings of the 11th Biennial Participatory Design Conference November 2010.* 31–40 https://doi.org/10.1145/1900441.1900447

Harris, E.R. (2010, June 7). *"Youth, the Internet, pop culture, and other frivolous things: How 'slacktivist' is today's youth activism?"* PWR 2: Networked Rhetoric http://wps.ablongman.com/wps/media/objects/10585/10839267/ch11EmilyHarris.pdf

Hegel, G. W. F. (2001). *The Philosophy of Rights* (S. W. Dyde, Trans.). Kitchener, Ontario: Batoche Books.

Hill, K. A. & Hughes, J. E. (1999). Is the Internet an Instrument of Global Democratization? Democratization. 6. 1999. Issue 2. P. 99–127.

Jones, C. (2015). Slacktivism and the social benefits of social video: Sharing a video to 'help' a cause. *First Monday* (electronic journal), 20(5). https://doi.org/10.5210/fm.v20i5.5855

Kage, R. (2010). The Effects of War on Civil Society: Cross-National Evidence from World War II. B E. Kier & R. R. Krebs (Eds.), *In War's Wake* (97–120). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511761836.005

Marx, G.T. (1995). *The Engineering of Social Control: The Search for the Silver Bullet*. Stanford: Stanford University Press.

Masuda, I. (1981). *The Information Society as Post-Industrial Society*. Washington: World Future Society.

McGee, R. J., & Warms, R. L. (2008). *Anthropological theory: an introductory history* (4th ed). McGraw Hill.

MediaSapiens. (2016, Квітень 27). *Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)*. ms.detector.media. https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/

MediaSapiens. (2022, Березень 23). *Українська IT-армія нараховує понад 300 тисяч кіберфахівців — Мінцифри*. ms.detector.media. https://ms.detector.media/kiberbezpeka/post/29226/2022-03-23-ukrainska-it-armiya-narakhovuie-ponad-300-tysyach-kiberfakhivtsiv-mintsyfry/

Merton, Robert K. (1968) Social Theory and Social Structure (Enlarged Edition). Free Press.

Morozov, E. (2009, May 19). *The brave new world of slacktivism*. Foreign Policy. https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/

Myshok, R., & Klymanska, L. (2021). Slacktivism as a form of socio-political Internet behavior: an empirical dimension. Proceedings of the VII International

research & training conference «*Public health – social, educational and psychological dimensions*» (Lublin, Poland, 17 July 2021): Lublin, 47-48.

Olson, M. (1974). *The logic of collective action*. Harvard University Press.

Onuch, O., Mateo, E., & Waller, J. G. (2021). Mobilization, Mass Perceptions, and (Dis)information: "New" and "Old" Media Consumption Patterns and Protest. *Social Media + Society*, *7*(2), 205630512199965. https://doi.org/10.1177/2056305121999656

Parsons, T. (2005) *The social system—2nd ed—(Routledge sociology classics)*. Taylor & Francis e-Library.

Popper, K. R. 1. (1962). *The open society and its enemies. 4th ed. (revised)*. London: Routledge & K. Paul.

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge, MA: Perseus Pub.

Rotman D., Vieweg S., Yardi S., Chi E., Preece J., Shneiderman B., Pirolli P. & Glaisyer T. (2011). From slacktivism to activism: Participatory culture in the age of social media. Proceedings of the *International Conference on Human Factors in Computing Systems*, CHI 2011, Extended Abstracts Volume, Vancouver, BC, Canada, May 7-12, 2011, pp. 819–822. doi: http://dx.doi.org/10.1145/1979742.1979543

Soni, R., & Panjwani, D. R. (2021). Shielding education during pandemic: The changing role of teacher in higher education from Web 0.0 to Web 5.0. *91 YEARS*, 59, 14.

Syerov, Y., Fedushko, S., & Onyshchuk, O. (2019). Comparative Analysis of E-Democracy Implementation in Ukraine and Switzerland. *CEUR Workshop Proceedings*, 2654(30), 629.

Szczepanski, J. (1968). Some remarks on macrosociology. *Social Science Information*, *7*(6), 183–194. https://doi.org/10.1177/053901846800700617

Sztompka, P. (1994). *The sociology of social change*. Oxford, UK ; Cambridge, Mass: Blackwell.

Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Bantam Books,

UN E-Government Survey 2022. (n. d.). UNeGovKB. https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/

Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.

Vie S. (2014). In defense of "slacktivism": The Human Rights Campaign Facebook logo as digital activism. *First Monday* (electronic journal), 19(4). https://doi.org/10.5210/fm.v19i4.4961

Wang, Q., Li, R., Wang, Q., & Chen, S. (2021). *Non-Fungible Token (NFT): Overview, Evaluation, Opportunities and Challenges* (arXiv:2105.07447). arXiv. http://arxiv.org/abs/2105.07447

Weber, M. (1981). *From Max Weber: essays in sociology* (H. Gerth, Ed.; Nachdr. d. Ausg. 1958). Oxford Univ. Pr.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Програма якісного соціологічного дослідження «Визначення експертами особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки (СПІП) студентства»

І. Методологічна частина

І.1. Проблемна ситуація

В сучасному українському науковому дискурсі бракує глибоких соціологічних досліджень визначення особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки, характеристики її типів. Потреба активного використання у зв'язку з вимогами та викликами сьогодення неоднозначних соціально-політичних інтернет-технологій поряд з проблемністю їхньої імплементації та інституціоналізації в реаліях українського суспільства, а також відсутністю достатньої теоретичної бази, зумовлюють актуальність нашого дослідження.

І.2. Таким чином, виходячи з опису проблемної ситуації, **тема** соціологічного дослідження може бути сформульована наступним чином: «Визначення експертами особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки (СПІП) студентства»

І.3. Мета

Дослідити експертні думки стосовно особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки українського студентства.

І.4. Завдання

1) З'ясувати знання експертів щодо різновидів та досвіду СПІП українського студентства.

2) Проаналізувати думки експертів щодо наявності у студентів диспозицій, необхідних для здійснення СПІП.

3) Визначення експертні думку щодо необхідності володіння студентами певними ресурсами для здійснення СПІП.

4) Виявлення оцінок експертів важливості приналежності студентства до певного середовища для здійснення СПІП.

І.5. Об'єкт дослідження (за критерієм носія проблеми): експерт у соціально-політичній інтернет-поведінці – комплексна особистість, що поєднує в собі ролі науковця-аналітика, практика і викладача.

Об'єкт дослідження (за загальною проблемою): думки експертів щодо особливостей соціально-політичної інтернет-поведінка українських студентів

І.6. Предмет дослідження: особливості політичної Інтернет-поведінки студентів НУ «ЛП».

І.7. Теоретична інтерпретація базових понять

Відповідно до теорії П. Бурдьє (Бурдьє & Вакан, 2015; Бурдье, 2005; Bourdieu, 1985) визначення основних понять звучать наступним чином:

Соціально-політична інтернет-поведінка – соціальна поведінка онлайн, яка, в залежності від її форми, володіє певним рівнем впливу на регулювання соціально-політичних питань в суспільстві й може забезпечувати його зміни та поступ (авторське визначення).

Соціально-політична інтернет-технологія - система послідовних дій, які відбуваються за підтримки сучасних інформаційно-комунікативних технологій (інтернет), що сприяють або допомагають досягненню певних соціально-політичних результатів (авторське визначення).

Диспозиції – налаштованість, схильність агента до поведінкового акту чи дії, усвідомлення готовності до оцінки ситуації та здійснення поведінки, що обумовлено попереднім досвідом.

Економічний капітал – володіння матеріальними благами (грошима, товарами тощо);

Культурний капітал – це, в першу чергу, освіта і відповідний диплом;

Соціальний капітал – сукупність реальних або потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства і визнання;

Політичне поле – це місце, де в конкурентній боротьбі між агентами, які виявляються в неї втягнутими, народжується політична продукція, проблеми , програми, аналізи, коментарі, концепції, події

Соціальне поле – багатовимірний простір або середовище, в якому агенти мають схожі цілі та позиції, які не зводяться до намірів індивідуальних агентів.

Віртуальне поле – це не тільки взаємопов'язані комп'ютери і комп'ютерні мережі, але й люди, що перебувають у цьому середовищі разом із продуктами їхньої активності – повідомленнями, особистими веб-сторінками, різноманітними записами, каталогами й архівами тощо.

І.9. Робочі гіпотези дослідження

Гіпотеза-підстава: Припускаємо, що експерти мають достатні знання про особливості соціально-політичної інтернет-поведінки.

Гіпотези-наслідки:

- Припускаємо, що експерти знають яким чином класифікувати соціально-політичну інтернет-поведінку, та можуть пояснити основні її типи: активну, пасивну та слактивізм.
- Припускаємо, що експерти виокремлять низку притаманних українським студентам диспозицій, які будуть характерними для конкретного типу соціально-політичної інтернет-поведінки
- Припускаємо, що експерти зможуть назвати основні ресурси, якими мають володіти українські студенти, необхідних для проявів соціально-політичної інтернет-поведінки.
- Припускається, що експерти охарактеризують притаманні для студентів середовища, які відіграють роль у проявах соціально-політичної інтернет-поведінки.

ІІ. Методична частина

ІІ.1. Обґрунтування вибірки

Пошук експертів відбувався на основі поєднання статусно-позиційного методу та методу «снігової кулі». Статусно-позиційна логіка пошуку експертів полягала в тому, що до участі в опитуванні були відібрані особи, які відповідають таким критеріям: наявність у інформантів ґрунтовних знань

стосовно функціонування інформаційно-комунікативних технологій, досвід практичної роботи та/або аналізу в темі використання новітніх інформаційних технологій; безпосередня взаємодія з студентами українських ЗВО, науковці у галузях соціології, політології, інтернет-журналістики.

ІІ.3. Практична операціоналізація

І. Визначення експертами особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки (СПІП) студентства.

ІІ.1. Знання експертів щодо різновидів та досвіду СПІП студентства

ІІІ.1.1. Активна СПІП

ІV.1.1.1. Протестна поведінка, організована в інтернеті

ІV.1.1.2. Націлений пошук інформації в інтернеті

ІV.1.1.3. Краудсорсинг&Краудфандинг

ІV.1.1.4. Комунікативнаповедінка в інтернеті

ІV.1.1.5. Використання інструментів е-демократії

ІV.1.1.6. Нетворкінг

ІV.1.1.7. Хактивізм

ІV.1.1.8. Онлайн-волонтерство

ІV.1.1.9. Маніпулятивна поведінка

ІV.1.1.9.Відеоблогінг

ІІІ.1.2. Слактивна СПІП

ІV.1.2.1. Підписки на різні інтернет групи/спільноти/канали

ІV.1.2.2. Вподобання ("лайки")

ІV.1.2.3. Поширення/репости

ІV.1.2.4. Інтернет-комунікація

V.1.2.4.1. Тролінг

V.1.2.4.2. Коментарі

V.1.2.4.3. Переписка

V.1.2.4.4. Хейт

V.1.2.4.5. Меми

ІV.1.2.5. Аватар

ІV.1.2.6. Участь у флешмобах

ІІІ.1.3. Пасивна СПІП

ІV.1.3.1. Здійснення студентами інтернет-поведінки не пов'язаної з соціально-політичною

ІІ.2. Відзначення експертами наявності диспозицій до здійснення СПІП

ІІІ. 2.1. Диспозиції до здійснення студентами активної СПІП

ІV.2.1.1. Зацікавлення студентами соціально-політичним життям країни

ІV.2.1.2. Наявність у студентів власної політичної позиції

ІV.2.1.3. Ціннісні орієнтації

V.2.1.3.1. Національні цінності

V.2.1.3.2.Громадянські цінності

V.2.1.3.3.Європейські цінності

ІV.2.1.4. висока вмотивованість

ІІІ.2.2. Диспозиції до здійснення студентами слактивної СПІП

IV.2.2.1. Зацікавленість різними видами діяльності в інтернеті
IV.2.2.2. Низький рівень мотивації
IV.2.2.3. Страх здійснювати поведінку, що має вагу
III.2.3. Диспозиції до здійснення студентами пасивної СПІП
IV.2.3.1. Рівень байдужості студентів
IV.2.3.2. Рівень недовіри студентів до різних інституцій
V.2.3.2.1. До інтернету
V.2.3.2.2. До демократії
V.2.3.2.3. До політики
V.2.3.2.4. До влади
IV.2.3.3. Наявність зневіри у студентів

II.3. Визначення експертами ресурсів для здійснення СПІП
III.3.1. Наявність у студентів економічного капіталу
IV.3.1.1. Наявність у студентів технічних засобів для виходу в інтернет
IV.3.1.2. Наявність у студентів доступу до мережі інтернет
IV.3.1.3. Дохід
III.3.2. Наявність у студентів соціального капіталу
IV.3.2.1. Статус студента
V. 3.2.1.1. В університеті
V. 3.2.1.2. В організаціях
V. 3.2.1.3. В інтернеті
IV.3.2.2. Походження студента
V.3.2.2.1. Регіон
V.3.2.2.2.Тип поселення
III.3.3. Наявність у студентів культурного капіталу
IV.3.3.1. Загальна освіта
IV.3.3.2. Громадянська освіченість
IV.3.3.3. Цифрова освіченість
IV.3.3.4. Довіра студентів до різних інституцій
III.3.4. Наявність у студентів символічного капіталу
IV.3.4.1.Популярність
IV.3.4.2.Репутація
II.4. Оцінка експертами важливості приналежності студентства до певного середовища для здійснення СПІП
III.4.1. Приналежність студента до політичного середовища
IV.4.1.1. До політичної партії
III.4.2. Приналежність студента до соціального середовища
IV.4.2.1. До ГО
IV.4.2.2. До університетських організацій
IV.4.2.3. До професійного середовища
III.4.3. Приналежність студента до віртуального середовища
IV.4.3.1. До соціальних мереж
IV.4.3.2. Відвідування студентами сайтів та платформ

ІІ.4. Гайд проведення інтерв'ю

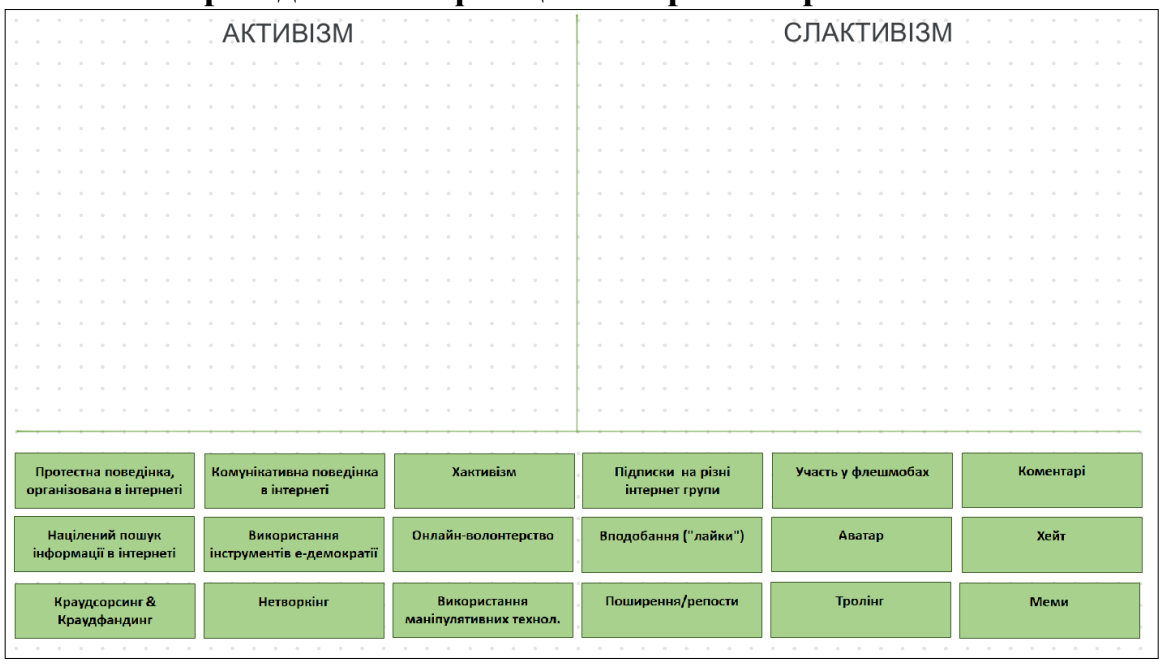
Сюжети (теми) інтерв'ю, загальні питання та конкретні підпитання	**Що слід з'ясувати? На що треба звернути увагу під час інтерв'ю**
Загальна тема: Визначення експертами особливостей соціально-політичної інтернет-поведінки (СПІП) студентства	
Підтема 1. Уявлення експертів щодо різновидів та досвіду СПІП студентства	
1.1. Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?	*З'ясувати як експерти класифікують поведінку в інтернеті. Чи експерти самостійно назвуть одним із різновидів інтернет-поведінки СПІП.*
1.2. Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?	*Визначити як експерти інтерпретують та розуміють поняття СПІП.*
1.3. Зважаючи на критерій рівня активності в інтернеті, які типи поведінки користувачів Ви можете визначити? *(Якщо такої класифікації не було згадано раніше)*	*З'ясувати експертну думку щодо класифікації СПІП користувачів на активну, слактивну та пасивну.*
1.4. Розглянемо трішки детальніше цю типологію. Які, на Вашу думку, інтернет-практики користувачів можна віднести до активної СПІП? Чому саме ?	*Що для експертів є активною СПІП.*
1.5. Що, у Вашому розумінні, означає бути пасивним в сенсі проявів СПІП?	*Визначити які інтернет-практики експерти відносять до пасивної СПІП.*
1.6. Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?	*Що експерти знають про слактивізм.*
1.7. Спробуйте класифікувати запропоновані форми СПІП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СПІП Ви могли би додати до запропонованих *(Форма для заповнення нижче)*	*Перевірка експертами теоретичної моделі СПІП.*

1.8. На Вашу думку, яка СПІП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства?	*Висунення експертами гіпотези щодо досвіду СПІП серед студентства.*
Підтема 2. Відзначення експертами наявності диспозицій до реалізації СПІП	
2.1. Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СПІП?	*Визначення експертами чинників, що впливають на СПІП.*
2.2. Якими диспозиціями (особистісними рисами) має володіти користувач для реалізації активної СПІП?	*Визначення експертами диспозицій для прояву активної СПІП.*
2.3. Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СПІП?	*Думки експертів щодо важливості наявних ціннісних орієнтацій для реалізації активної СПІП*
2.4. На Вашу думку, яким має бути, рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СПІП?	*Визначення експертами рівня вмотивованості користувачів для прояву СПІП.*
2.5. Які особистісні характеристики користувачів детермінують прояв слактивізму?	*Визначення експертами диспозицій для прояву слактивної СПІП.*
2.6. Які особистісні характеристики користувачів можуть спричинити прояв пасивної СПІП?	*Визначення експертами диспозицій для прояву пасивної СПІП.*
Підтема 3. Визначення експертами ресурсів для реалізації СПІП	
3.1. Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СПІП? Які є типи цих ресурсів?	*Визначення експертами капіталу для СПІП.*
3.2. Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?	*Визначення експертами ієрархії капіталів для СПІП.*
3.3. Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СПІП ?	*Думка експертів щодо впливу економічного та соціального капіталу на формування різних видів СПІП.*
3.4. Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СПІП? Які статуси можуть сприяти активній	*Думка експертів щодо впливу соціального капіталу на формування різних видів СПІП.*

СПІП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?	
3.5. Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СПІП? Які статуси можуть сприяти активній СПІП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?	*Думка експертів щодо впливу соціального капіталу на формування різних видів СПІП.*
3.6. Яку роль у здійсненні користувачами СПІП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова ?	*Думка експертів щодо впливу культурного капіталу на формування різних видів СПІП.*
3.7. Яким, на Вашу думку, є рівень громадянської та цифрової освіченості сучасної української молоді, зокрема студентства? Чому саме такий рівень?	*З'ясувати оцінку експертів рівня громадянської та цифрової освіченості української студентської молоді. Що експерти називають чинниками впливу на громадянську та цифрову освіченість.*
Підтема 4. Оцінка експертами важливості приналежності студентства до певного середовища для реалізації СПІП	
4.1. Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СПІП?	*Визначення важливості середовища життя користувача для реалізації СПІП.*
4.2. Яке саме середовище має значення для реалізації користувачами СПІП?	*Приналежність до якого середовище експерти назвуть важливим для реалізації користувачами СПІП.*
4.3. Які, з Вашої точки зору, форми СПІП буде демонструвати користувач, який є членом або є долученим до діяльності політичної партії і/або ГО?	*З'ясувати оцінку експертами значення приналежності студента до політичного та соціального середовища для здійснення СПІП*
4.4. Яке значення для проявів СПІП має приналежність користувача до університетського самоврядування ?	*З'ясувати оцінку експертами значення приналежності студента до соціального середовища для здійснення СПІП*
4.5. Яким чином на реалізації СПІП впливає приналежність користувачів до різних соціальних мереж/платформ/сайтів ?	*З'ясувати оцінку експертами значення приналежності студента до віртуального середовища для здійснення СПІП*
Додаткові питання	
Які основні проблеми пов'язані з СПІП існують зараз в українському	*Визначення експертами проблем для здійснення СПІП, оцінка*

суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати ?	*їхньої значимості. Поради експертів для врегулювання проблем.*
Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?	*Поради експертів для підвищення активності студентської молоді.*

Форма для класифікації експертами проявів СППП



Додаток 2

Транскрипт інтерв'ю №1

Код інтерв'ю:
№1-м.Львів-27р-жінка-журналіст

Дата проведення інтерв'ю: 15 листопада 2021 р.

Місце проведення: Україна, м. Львів.

Тривалість інтерв'ю: 1 година 56 хвилин.

Мова інтерв'ю: українська.

Форма проведення інтерв'ю: дистанційна.

Інтерв'юер: Мишок Р. Р., аспірантка кафедри СР, ІГСН, НУ «ЛП».

Особа експерта: журналістка, магістр журналістики. Досвід роботи в інтернет-журналістиці – 5 років. Працювала в таких регіональних новинних ресурсах як «Lviv.com» (контент-менеджер/журналіст), «Твоє місто» (випусковий редактор), «032.ua.» (випусковий редактор). Авторка матеріалів, які стосувались і соціально-політичної тематики.

Обставини інтерв'ю: безпосереднє знайомство з експертом дозволило легко організувати інтерв'ю. Інтерв'ю проводилось на платформі ZOOM. Експертка на час інтерв’ю перебувала вдома. Сторонніх не спостерігалось. Через зайнятість експертки та її розгорнутість відповідей інтерв'ю проходило з перервою у кілька годин.

Загальні враження від інтерв'ю: Бар'єрів під час комунікації не виникало, за вийнятком опосередкованого спілкування. Труднощів технічного характеру не було. Спілкування було відкрите, експертка відповідала охоче, часто уточнювала чи правильно зрозуміла питання. Експертка не відходила від теми. Спостерігалась деяка повторюваність інформації. Відповіді були достатньо обширні.

ІНТЕРВ'Ю

Інтерв'юер: Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?

Експерт: *Які я знаю різновиди інтернет-поведінки…Я знаю активну, пасивну і поведінку, яка нейтральна.*

Інтерв'юер: Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?

Експерт: *Для мене соціально-політична інтернет-поведінка – це поведінка, якщо повертатися до попереднього пункту, яку ми називаємо активною якщо ми її на різновиди розділяємо. Активна, яка має, як мінімум, якийсь вплив не тільки на когось, або може і не має, коли інтернет виступає платформою, де людина може вільно висловлюватись, але тут важливо, що вона має соціально-політичні підтексти і теми. Припустимо, це стосується теми виборів або це стосується теми зараз вакцинації, які є актуальними зараз для суспільства або не сильно актуальними, але тим не менше важливими. Людина їх (теми – Р.М.) піднімає і вона може їх піднімати в різний спосіб, і вона це робить або через постинг, комунікацією з аудиторією, опитування, загалом активну поведінку, коли вона працює в соцмережах з тим, або може робити це чисто як користувач, але при цьому поширювати різну інформацію, яку вона десь бачить з бажанням сприяти вирішенню якоїсь проблеми або, наприклад, поширенню інформації правдивої. Тобто це все є соціально-політична інтернет-поведінка, просто в залежності від людини і тих різновидів поведінки, які бувають і про які ми говорили в першому пункті, людина різною мірою може їх використовувати: вона може бути суперактивною, може бути просто нейтральною. Але соціально-політична інтернет-поведінка – це загалом участь людини в обговореннях, або скоріше участь людини в контексті, в теперішньому контексті подій і не тільки подій, але загалом інформаційної палітри, що відбувається.*

Інтерв'юер: Які, на Вашу думку, інтернет-практики користувачів можна віднести до активної СПП? Чому саме?

Експерт: *Я уже казала – це постинг активний, який передбачає висловлення або можливо навіть пропаганду своєї думки і намагання агітувати людей поводитися відповідно до цілей, які ставить собі автор або представник цієї групи користувачів з активною соціально-політичною інтернет-поведінкою. Крім постингу, це так само може бути вихід в онлайн, якщо це стосується соцмереж типу фейсбуку, інстаграму, коли вони записують живі ефіри спілкування з аудиторією, яке стосується сторісів, коли вони не лише засобами тексту, постингу, але й прямими закликами просять людей звернути увагу на ту чи іншу соціальну проблему або, наприклад, тему, яка для них особисто є важливою. Візьмемо, наприклад, сортування сміття і представник, вірніше користувач, який має активно соціально-політичну інтернет-поведінку, який дотримується ідеології того, що сортування сміття – одне з найнеобхідніших завдань, які має ставити не лише людина сама собі, але й країна загалом, якщо вона хоче розвиватися в екологічному руслі. Оскільки такий користувач дуже на цьому акцентується,*

то він, окрім постингу, як я уже казала, і виходу на живе спілкування в ефірах прямих, в сторісах зі своєю аудиторією, він це все може робити так само і через інтерв'ю різним новинним ресурсам, через виступи в онлайн-подкастах, тобто всіма можливими способами може залучати будь-які платформи, ті ж ютуб-відео, коли він може робити корисні лайфхати щодо сортування сміття якщо ми уже взяли цю теми. Якщо тут маються конкретні інтернет-практики, то окрім постингу і виходу в онлайн, це можуть бути довгі відеоролики, можуть бути цитування в ЗМІ (ті, що мають вихід пізніше в інтернет, коли він чи вона йде на якийсь телеканал і потім поширює це все в соцмережах). Напевне це буде і шеринг. Постинг, шеринг, сторіси, ютуб-відео.

Інтерв'юер: Що, у Вашому розумінні, означає бути пасивним в сенсі проявів СППП?

Експерт: *В моєму розумінні бути пасивним в сенсі проявів соціально-політичної інтернет-поведінки означає взагалі не бути активним в соцмережах. Це не означає, що людини немає в соцмережах, вона там є, але вона є чисто глядачем, спостерігачем правильно, вона сприймає інформацію, різну, до того ж ця інформація можу бути дуже однобока, оскільки вона може її читати тільки з одного ресурсу. Пасивність полягає в тому, що людина зі свого боку не має ніякого подвійного…як то правильно сказати…зворотного зв'язку. Вона тільки сприймає, є спостерігачем всього що відбувається і не подає відповіді нічому. Тобто якщо навіть є якийсь постинг або пересилання комусь якихось постів, вірніше не якихось, а постів розважальних, тематичних, то це пасивність. Пасивними можна назвати людей, які займаються нечастим постингом суто розважального або контенту, який взагалі не має відношення до багатьох груп, або, наприклад, чисельних груп людей. Тут ще це питання є специфічним – де є ця межа між соціальним проявом і несоціальним проявом. Якщо для людини є важливим позиція там, умовно, якийсь конфлікт, який стався з забудовником, або сусідом, який займає твоє місце паркувальне, то потрібно подумати чи злобний пост на того сусіда, який є особистим, не несе ніякого соціального контексту, але, по-суті, він є соціальним, оскільки це є взаємодія між людьми в соціумі. Якщо він постить мем з котиком, то це більше його характеризує як пасивного користувача, оскільки він не вносить сильно якусь інформаційну цінність в плані саме громадянської інтернет-поведінки, соціально-політичної. Але якщо брати соціальну частину, складову то навіть оцей пост про сусіда можна вважати соціальною поведінкою. Правда ця частинка політична вона там явно не підходить, хоча з іншого боку, якщо говорити про якісь зміни до законодавства, пов'язані з штрафуванням паркувальників, то це вже можна віднести в цю категорію. Тобто тут важливо визначити критерії саме соціально-політичної поведінки, окреслити межі цього поняття. Тому в моєму розумінні бути пасивним означає мало бути присутнім в соцмережах або на інших інтернет-платформах, не показувати ніякої зворотної реакції, не демонструвати ніяк свою громадянську позицію, не брати участь в обговореннях, не дискутувати, навіть не залишати*

коментарі і загалом просто займатися розважальним контентом як споглядач.

Інтерв'юер: Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?

Експерт: *Як я зрозуміла слактивізм, то це мається на увазі нейтральний тип користувача. Я слактивізм і середньо-нейтральну позицію у користуванні інтернетом і соцмережами визначаю як зараз найпоширеніший напевне вид поведінки в інтернеті в Україні. Чому так думаю. Оскільки з набуванням популярності свободи висловлювання в інтернеті, яким би це сперечливим не було фактом, але мені виглядає, що люди хоч і стали більш відкриті до комунікації, до прямого вирішення навіть деяких проблем через інтернет і соцмережі, вони все-одно залишаються далеко від, скажімо так, максимально можливих засобів, коли ми можемо використовувати інтернет і всі можливі платформи в соціальному і соціально-політичному житті і це мало великий ефект. І, як наслідок, отакий от стан, коли ми ще переходимо в діджиталізацію усіх процесів ми маємо розуміти, що важко зараз вступати в пряму конфронтацію з іншим типом людей, які є дуже активними користувачами і мають досвід в жорстких способах впливу на аудиторію через агресивні коментарі, навіть хейт якийсь. Тобто ця інша категорія вони далеко не є активними, суперактивними користувачами. Активна соціально-політична інтернет-поведінка і хейтерів теж включає, оскільки вони там особливо помітні, і мають сильне значення. Нейтральність соціально-політичної інтернет-поведінки вона може бути спричинена тим, що люди неготові вступати в конфронтацію в інтернет просторі, оскільки в реальному житті її є доволі багато. Але навіть якщо вони її і готові робити і з врахуванням того, що їм нічого за це не буде, умовно, бо ти можеш висловитися і тебе в принципі ніхто може не знати, бо ти можеш тихо сховатися за фейковим акаунтом, за вигаданим ім'ям, суть така, що ми говоримо за соціально-політичну інтернет-поведінку, яка має реальні зміни для людини, тобто корисні і потрібні речі про голосування на виборах, яке відбувається у нас тільки фізично, коли людина приходить на виборчу дільницю, в нас поки що немає повноцінної системи, яка б це дозволила робити онлайн. Я вважаю, коли ми масово перейдемо на електронні системи, які будуть працювати, що важливо, справно, і люди почнуть їм більше довіряти, в них буде вищий рівень довіри до вирішення соціально-політичних проблем, які в них виникають в побутовому житті, щодо того, що їх можна вирішити так само засобами інтернету, зокрема, коли ви будете голосувати за якийсь проект, який буде на громадському бюджеті за кошти громади використаний. Вже зараз, до речі, це відбувається, коли люди можуть проголосувати за той чи інший проект. До речі, це дуже хороший приклад зараз може бути, який є швидше протилежний до слактивізму і прикладом активної соціально-політичної інтернет-поведінки це точно. Але і слактивізму також, оскільки багато людей можуть проявляти оцю активність тільки у випадку, коли їм персонально повідомлять про те, що це*

працює, тобто є люди, які знають, що, проголосувавши за цей чи інший проект, отримавши велику кількість голосів, вони отримають фінансування від міста і вони залучають інших проголосувати. Те що інший за проханням когось проголосував, я вважає є прикладом слактивістської поведінки, тільки через те, що виконав це на чиєсь прохання або чисто з досвіду інших людей, бо він помітив, що це діє і вирішив вчинити так само. Але сам по собі він не має відповідної довіри, оскільки він це робить чисто так з чийогось прохання, як я уже говорила, або просто аби підтримати. Він може навіть не вкладати в то великої віри, що воно спрацює.

Відповідаючи на наступне питання чим відрізняється активність від пасивності (малося на увазі і слактивність – Р.М.), на прикладі громадського бюджету можна це легко показати, коли ми маємо активного користувача він як мінімум буде подаватися на це голосування, як мінімум буде проводити інформаційну політику щодо інформування усіх людей, що дуже важливо через інтернет і соцмережі це легше робити ніж особисто повідомити кожній людині, що у вас є такий проект в громадському бюджеті і за нього потрібно проголосувати. Тобто активний користувач, якого ми уже визначили, буде всіма можливими способами – постами, перешерюванням, пересиланням через соцмереж і не тільки, він буде його (проект – Р.М.) рекламувати і залучати навіть людей, які перебувають у зоні слактивізму як інтернет-поведінки до підтримки їх. І це правильно, оскільки ті люди, які є слактивістами, вони здебільшого будуть згодні його швидше підтримати аніж проігнорувати. Тому перехід від власне слактивізму до активності він можливий доволі швидко у випадку коли слактивіст, людина побачить прямий результат і наслідок своїх дій, які вона спочатку сама й не хотіла і не мала на меті робити, але під впливом людини, яка мала активну соціально-політичну інтернет-поведінку і добилась якогось результату завдяки цій поведінці, слактивіст може легко і безболісно, скажем так, перейти в інший тип людей – користувачів інтернету. Щодо пасивного користувача, то тут все просто. Навіть з врахуванням того, що він не займається ніяким соціальним і не тільки соціальним, і навіть розважальним не те, щоб контентом, але й загалом існуванням в соцмережах він не піддасться на заклики користувачів з активною соціально-політичною інтернет-поведінкою, якщо ми говоримо про цей же ж громадський бюджет, проголосувати за той чи інший проект, оскільки він повністю не бачить ефект від тої поведінки, від таких дій і йому видається це максимально зайвим і непотрібною витратою часу. Швидше за все, він буде категорично налаштований щодо перемоги того чи іншого проекту на громадському бюджеті і вважатиме, що там перемагають люди, які додатково щось для цього зробили – чи заплатили, чи , наприклад, є знайомими людей, які вирішують хто перемагає. Тобто, найчастіше в пасивних користувачів великий рівень зневіри до реальних результатів соціально-політичної інтернет-активності і саме тому їм важко перейти до наступних рівнів інтернет-користувачів.

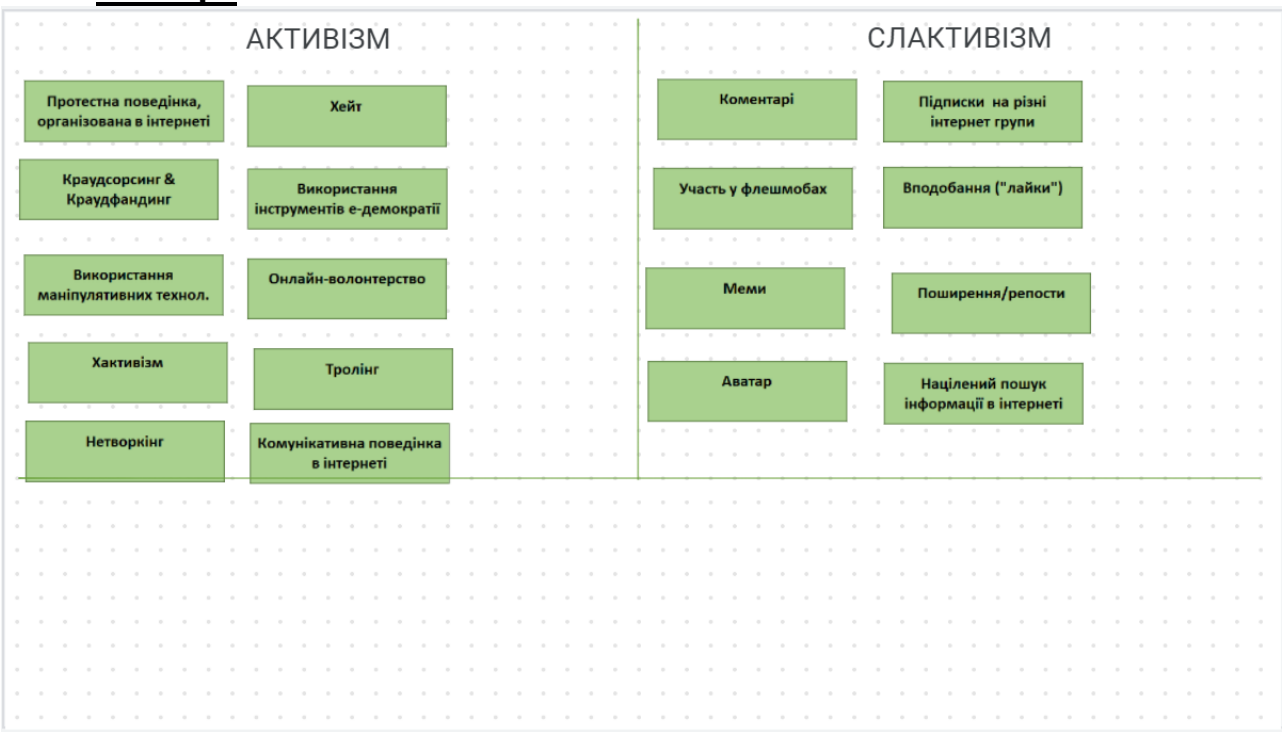
Яку ж поведінку ми можемо назвати слактивізмом? Я вважаю ту, яка демонструє не зовсім односторонній рух користувача в інтернеті, не той,

коли він тільки сприймає і нічого не дає у відповідь. Ця людина може комунікувати в соцмережах або, наприклад, залишати відгуки в інтернеті на гугл-точках. Але, знову ж таки, ця людина не буде ініціатором, тим, хто буде залучати інших до яких би там не було дій. Вона швидше за все рідко, але на прохання або знаючи досвід позитивний когось іншого візьме участь в якихось соціально-політичних проектах які відбуваються в інтернеті і зможе вряди-годи показати свою активність, яка, тим не менше, буде вийнятком, скоріше за все.

Підсумовуючи, з того, що я розпочинала, що, враховуючи зростання свободи в інтернеті, активна поведінка мала б бути набагато поширенішою, але, мені здається, слактивізм є більш поширеним. Знову ж таки чому? Продублюся чому, оскільки люди часто не вбачають реальних результатів від цієї соціально-політичної інтернет-поведінки, плюс вони бояться наштовхнутися на конструктивно, а найчастіше на неконструктивну критику від тих же ж хейтерів і плюс слактивізм їм дозволяє в будь-який момент перейти до активної поведінки. Але тим не менше суспільство не очікує від них багато як у випадку коли б вони проявляли постійно активну поведінку і були б змушені реагувати на всі необхідні події.

<u>Інтерв'юер</u>: Спробуйте класифікувати запропоновані форми СППП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СППП Ви могли би додати до запропонованих

<u>Експерт</u>:



Пояснюю чому віднесла тролінг до активізму. Якщо говорити про меми і коментарі – це точно слактивізм, бо це така поведінка, яка стосується більше норми. В принципі, якщо люди взагалі не використовуватимуть ні коментарів, ні мемів, то вони будуть швидше пасивними. А тролінг є більш наближеним до хейту, як на мене, і він передбачає часті…Хоча якщо брати тролінг в плані просто реакції на щось з тролінгом, ніби тобі залишили

коментар і ти відповів в саркастичному тоні, тоді напевне більше слактивізм. Але я розпізнала тут тролінг як те, що ти робиш щось систематично, в плані що в тебе є один коментар, інший коментар, а ти сприймаєш це як якийсь тригер і відповідаєш завжди в іронічній саркастичній формі. Тому й віднесла його до активізму.

Інтерв'юер: На Вашу думку, яка СППП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства? Ми можемо пропустити це питання, оскільки Ви уже дали вичерпну відповідь у одному з попередніх запитань.

Інтерв'юер: Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СППП?

Експерт: *На мій погляд в першу чергу на реалізацію соціально-політичної інтернет-поведінки впливає статус людини у суспільстві. Що може спонукати людей до активності в інтернеті? Їх спонукає їхнє бажання, наприклад, облаштувати територію навколо будинку. Тобто прагматичні цілі, які їм самим приносять користь. Типу є люди, які соціально активні через те, що вони хочуть, наприклад, щоб біля їхнього будинку відкрили дитсадок, або школу. Це їхня соціальна позиція, спричинена тим, що в них є маленькі діти, яких вони змушені возити далеко в навчальні заклади, їм це не вигідно, тому вони проводять активну соціальну політику в інтернеті і не тільки, щоб відбулась якась зміна – з'явилось місце, де їхні діти будуть навчатись. Прагматичні люди прагматично до того відносяться. Вони розуміють, яка роль соціальних мереж в сучасному суспільстві і вони знають, що через них можна добитися вирішення деяких проблем і добитися якоїсь цілі, яка в тебе стоїть, але ти можеш це зробити відносно легким способом. Інші люди, які є, наприклад, альтруїсти і вони вбачають в соціально-політичній інтернет-активності користь для інших. Тобто вони вважають, що коли, наприклад, вони публікують якусь інформацію або пишуть в пості, то вони займаються просвітленням, доносять до людей інформацію. Якщо брати, наприклад вакцинацію є люди, які вважають себе експертами в тій чи іншій сфері, особливо в медицині і зараз вони, прагнучи залучити і поінформувати більшу кількість людей роблять це через соціальні мережі. У них є альтруїстичні, скажемо так, ризони здійснювати цю соціально-політичну інтернет-поведінку, оскільки вони мають знання і хочуть ними поділитися. Дуже часто зараз це роблять не тільки експерти. І є думки за, є думки проти. Можливо ще однією причиною інтернет-активності є бажання людей переконати інших у правильності їхньої думки, показати які в тебе є аргументи на ту чи іншу тему, і чому вони такі, чому ти так чиниш, можливо залучити на свій бік якихось соратників, переконати незгодних і так далі. Також реально є експерти, які обирають інтернет платформи майданчиком для передачі знань. Що ними рухає – це те, що вони є експертами і вони прагнуть поділитися знаннями і так це зробити найлегше. От, наприклад, я як журналіст, є експертом у написанні текстів, хочу поділитися знаннями про це і роблю це через соціальні мережі. Не знаю як це правильно назвати.*

Інтерв'юер: Можливо онлайн-волонтерство?

Експерт: *Так, щось таке. Але я не впевнена, що це відбувається чисто з точки зору волонтерства. А більше з тієї причини, щоб я засвідчила іншим свою експертність. Це вигідно і для людей, які це роблять, оскільки ти пишеш щось в чому розумієшся, тоді ти виглядаєш привабливо і для інших людей, наприклад, і для працедавця. Зараз багато хто використовує це так. Людина, яка веде свою інстаграм сторінку активно, розуміється на тому як її правильно вести, застосовуючи різні техніки вона тим самим засвідчує те, яким вона є фахівцем. Це в першу чергу важливо для людей, які працюють у сфері саме SMM, PR і так далі.*

Інтерв'юер: З Ваших слів зрозуміла, що люди щось роблять в інтернеті виходячи не тільки з індивідуальних потреб, але й намагаються донести щось до суспільства. Але чим вони керуються в першу чергу?

Експерт: *Власними. Є напевне малий відсоток людей, який буде займатись іншим. Ну якщо говорити конкретно про соціально-політичну інтернет-поведінку, чисто навмисну діяльність зосереджену на заклик людей до активності, наприклад, у вакцинації, бути активними громадянами, брати участь у виборах, підтримувати реформи. Очевидно, що це має ризони з огляду на перспективність розвитку суспільства і з акцентом на користь для всіх людей. Але все-одно це все здійснюється конкретними індивідуумами, які мають за собою якісь індивідуальні потреби і запити.*

Інтерв'юер: Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СППП?

Експерт: *Ціннісні орієнтації в тої людини зумовлені тим, що це має бути суспільний розвиток, пояснювати значимість сучасних засобів, інтернету чи соцмереж не тільки в буденному їхньому житті і не чисто для розваги, а тому, яких ними ми можемо добиватися результатів. Тобто ціннісна орієнтація просвітництва. Я свідомо не називаю деякі європейські цінності, такі як справедливість чи толерантність, оскільки сучасна активна інтернет-поведінка особливо соціально політична не межує з ними. Деколи соціально політична інтернет-активність з неадекватним контентом має негативне забарвлення, тому такі цінності тут не фігурують. Той хто є активний в інтернеті не завжди є чесний перед аудиторією, бо він хоче показати, що от не слухайте от цих, а слухайте нас, ми праві.*

Якщо дивитися з точки зору теорії, в ідеалі активний користувач має володіти такими орієнтаціями, які би призводили до безупинного і поступового розвитку соціуму.

Інтерв'юер: На Вашу думку, яким є рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СППП?

Експерт: *Вмотивованість очевидно має бути вищою саме при активній інтернет-поведінці, а не слактивній, тому що, як я уже пояснювала, слактивізт – це людина, яка деколи проявляє активну поведінку за винятком і швидше за все з досвіду когось іншого, хто попросив і хто робив це раніше, і видно результат дії. Вмотивованість активної аудиторії є високою сама по-собі. Її потрібно достатньо багато. Чому? Тому що, це потребує тривалого вкладу, бо певні дії не можуть показувати результати дуже швидко. В принципі,*

людина з активною соціально-політичною інтернет-поведінкою вже, базуючись на своїх цінностях, не повинна користуватися великими потребами вмотивованості. Якщо вона за чесність і за справедливість, її активна поведінка є в природі. Тому вмотивованості не потрібно надто багато. Але як мінімум їй потрібна вмотивованість аби залучати до активної поведінки людей з слактивної зони, які просто деколи спостерігають. Рівень вмотивованості для активної зони має бути помірним і високим, коли вони мають бути прикладом для людей, які ще не розбираються в тому, яка може бути користь з таких дій. Для слактивної соціально-політичної інтернет-поведінки вмотивованість має бути дуже висока, хоча я можу помилятись, але мені здається, що рівень має бути високим з урахуванням того, що людям пояснюють, або показують який вона (активна поведінка – Р.М.) може мати ефект. Тоді коли рівень вмотивованості слактивістів росте, тоді вони перетворюються на активістів. Вмотивованість інтернет-поведінки порівняно з реальною поведінкою є в тому, що ти можеш зробити деякі справи швидше, і це спонукає тебе до здійснення цієї форми інтернет-поведінки.

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів детермінують прояв слактивізму?

Експерт: *Тут зрозуміло, що низький рівень довіри плюс боязнь висловлювати якісь суперечливі думки, які спровокують пряму конфронтацію, так само небажання нав'язувати точку зору або, наприклад, вести за собою, бути авторитетом, сумнів щодо правильності власних вчинків.*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів можуть спричинити прояв пасивної СППП?

Експерт: *Це теж можуть бути ось ці острахи, які мені виглядають основними характеристиками, коли тобі не хочеться ніяк проявляти себе. Тут треба врахувати і людей, які, наприклад, не мають достатньо обізнаності в правилах функціонування не лише соцмереж, але й інтернету загалом. Вони не вміють правильно, скажемо так, донести, сформулювати свою думку чи точку зору. Тобто окрім цих бар'єрів недовіри, остраху, що твої думки і переконання можуть виявитись некомпетентними є ще й великий бар'єр, який називається недостатня обізнаність з контекстом, правилами тої чи іншої платформи, з умовами, з якими ти можеш зіштовхнутися. Я думаю, що багато людей, наприклад, в фейсбуці не піднімають якісь соціально-політичні важливі теми через те, що вони вважають, що можуть здатися неосвіченими, дурними, можуть наштовхнутись на компетентнішого коментатора, який виставить їх в негативному світлі. Плюс до цього ці люди бояться осуду знайомих, які можуть бути противниками їхньої точки зору, що може призвести неприйняття до соціальної групи.*

Якщо ми говоримо про поведінку великих масштабів, то тут великої ролі відіграє і недовіра до влади. Однак варто сказати, що соціально-політична інтернет-поведінка переважно стартує з малих проявів. І тут недовіра до влади ще не грає великої ролі. Якщо ми говоримо про вирішення

локальних питань, на які прямо не впливає Президент, скажемо так, то довіра до влади не грає ніякої ролі, оскільки тут ідеться чисто про те, як тебе сприймуть люди з твого оточення, близького кола. Я розумію, що коли йдеться про таку реальну соціально-політичну поведінку державотворчу, ту ж е-демократію, то тоді недовіра до влади виходить на перше місце. І що б ти не писав, люди, які взагалі не довіряють тим хто при владі, ні тим хто прийде після них, ніяк не реагуватимуть.

Інтерв'юер: Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СППП? Які є типи цих ресурсів?

Експерт: *Насправді типи мені важко визначити, але ресурси скажу. Як мінімум знаннями, достатнім рівнем самовпевненості, достатнім моральним ресурсом, щоб вступати в конфронтацію з людьми, які можуть бути з тобою незгодними. Як мінімум людина має володіти девайсами, для того щоб здійснювати соціально-політичну інтернет-поведінку: мати телефон, ноутбук, звідки він може це робити. Плюс, кажу, вміння, знання як це робити. Час для того, щоб це робити, бо потрібно витрачати на це невеликий шматок життя. Щоб проявляти активну поведінку, яка ще й буде такою пропагандистською, агітаційному в хорошому сенсі, вона повинна бути масовою, це неможливо зробити раз. А і плюс до цього ти не можеш вплинути на маси, коли у тебе є двоє-троє людей, які тебе читають, тобто ти повинен мати уже «набиту» базу людей, широке коло спілкування. Це може бути найближче оточення, яке тебе підтримує або й не обов'язково підтримує, але воно настільки широке, щоб ти на нього міг впливати.*

Інтерв'юер: Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?

Експерт: *Знання. Якщо ти активний користувач то тобі потрібно бути підкованим, ерудованим, розбиратися в ситуаціях, могти проаналізувати все, що відбувається і подати це так, щоб людину переконати. Тобто має бути високий рівень знань, а бажано ще й спеціалізованих, по темі, яку ти пропагуєш, або яку ти просуваєш, ти маєш бути експертом. Слактивіст має мати здебільшого загальні знання, на які можуть впливати люди з активнішою формою поведінки.*

Інтерв'юер: Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СППП ?

Експерт: *Це як піраміда Маслоу. Коли в тебе закриті твої базові первинні потреби, в тебе є кошти на одяг, їжу і так далі, в тебе починає працювати мозок на задоволення потреб вищого класу і там ми можемо якраз знати ті цінності, про які ми говорили. Тоді стає потрібною соціально-політична інтернет-поведінка, бо ти знаєш, що завдяки їй ти можеш вплинути на досягнення цих цінностей. Твої базові потреби закриті і ти робиш все, щоб закрити цей рівень через швидші і простіші методи, тобто онлайн-запис до лікаря, онлайн-запис в якусь державну структуру, податкову, страхову і так далі. Плюс ти це все можеш зробити не виходячи з дому, без додаткових коштів, блатів, знайомств, що дозволяє права всіх урівняти.*

Походження тут має велике значення, бо коли ти походиш, скажемо так, з якогось, не хочу тут бавитися в ніякі міста-села, але тут, коли ти походиш з якогось хутора, в якому першочерговими часто можуть бути задоволення базових потреб і це може означати не те, що ти недостатньо розумний, а означає те, що в тебе з дитинства є приклад, коли ти наслідуєш саме задоволення того і того і в тебе поведінка на цьому напрацьована через те, що ти спостерігав за таким стилем життя. Суть така, що ти можеш це змінити, але тобі потрібно спостерігати за іншим стилем поведінки і тобі для того потрібно мати, як мінімум, більше знань і більше прикладів, а це можна здобути самому знову ж таки завдяки інтернету, спостерігаючи та навчаючись там, або коли ти переїжджаєш в місце де є інші приклади і де є інші люди, в яких базові потреби є закриті і які думають про інші потреби. Важко уявити людину, яка з незакритими базовими потребами буде активно проявляти соціально-політичну інтернет-поведінку.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СПІП? Які статуси можуть сприяти активній СПІП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Статуси тут перегукуються з грошима і з походженням. Якщо навіть в тебе походження з якогось маленького містечка або хутора, то ти можеш добитися статусу з часом і цей статус не обов'язково якого відомого письменника або будь-якої авторитетної людини. Тут, як на мене, статус означає наскільки ти є соціально активним в реальному житті, тобто тобі не потрібно мати надлишково багато цих знань, але для мене дивно (хоча це напевне так і є), що попри невеликі знання в сфері, яка там стосується чисто економіки або чисто політики, але в тебе є великий авторитет в житті, типу як людини, яка не боїться змін, закликає до змін інших, наприклад, не боїться брати на себе відповідальність і чисто своїми особистісними якостями лідерськими є людиною, яка усіх згуртовує, є авторитетом, до неї дослухаються. Тут мається на увазі статус більше авторитета-лідера. Я впевнена, що такий статус передається і онлайн, через соціально-політичну інтернет-поведінку. Наприклад, я часто зустрічала, коли люди, які просто в житті мають більше лідерського авторитету і вони видно, що не бояться говорити від імені когось, не бояться виступати, не бояться протестувати, тобто говорити людям, які при владі, що вони з ними не згодні. Такі люди, попри недостатність у них знань у специфічних і складних темах тої таки економіки, політології чи історії, вони все-одно мають авторитет і за ними йдуть люди в інтернеті. Це пов'язано з тим, що це передається, коли людина має високий рівень підтримки, у неї зазвичай є висока кількість зв'язків і це видно в онлайні, і її соціально-політична інтернет-поведінка часто може мало характеризуватись глибиною, але люди їм висловлюють вдячність підтримку. Тобто статус прямо може впливати. Людина коли бачить, що її підтримують в житті, вона бачить, що її підтримують в онлайні, вона все більше і більше вдається до цієї активності до соціально-політичної інтернет-поведінки, бо вона бачить, що це дає результат і що це потрібно. Це, до речі, з вмотивованістю*

можна ще поєднувати. Коли твій статус відповідає високій вмотивованості, то очевидно, що ти будеш активним в інтернеті.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Тут цікаво, тому що зараз, чесно для мене, кілька років тому назад саме оцей от авторитет, який був в реальному житті він був рушійною силою для того, щоб і в онлайні в тебе була велика підтримка. Не обов'язково це знак «=» між цими двома, але чесно, коли ти в житті показуєш ці лідерські задатки, до тебе долучаються люди, вони за тобою хочуть споглядати, спостерігати, вони хочуть бачити як ти поступаєш в кризових ситуаціях, щоб поступати або так само, або дивитися спочатку на твою реакцію і від того відштовхуватися. Але зараз, коли прослідкувати за останні рік-два, коли блогерство, наприклад, стало суперпопулярним і трендовим не тільки в інстаграмі, але й загалом. Зараз вся оця реклама зараз здебільшого через особистий бренд відбувається, а цей особистий бренд він сьогодні може бути побудований далеко не на реальному статусі. Цей особистісний бренд може бути вибудуваним чисто у віртуальному середовищі. Він здійснений лише через те як ти пишеш, як ти комунікуєш, як ти себе показуєш, як ти себе подаєш. Тебе навіть ніхто не може знати особисто, ти можеш бути ніяк не активним в плані життя людиною, яка там бувала прямо на вулиці з тими, хто тебе підтримує, але вони тебе тим не менше підтримують через те, що вони особистий твій бренд сприймають як те, що їм більш-менш близьке. Яким чином цей статус може впливати. Він може впливати, мені здається ще більше, ніж цей, що в реальному житті. Другий, як би там не було, окрім окриленості, що тебе підтримує, він дає тобі розуміння відповідальності цих всіх думок, він приземляє тебе, ну мав би принаймні, на мою думку. Статус в реальному житті зароблений не на словах, скажемо так, або на словах, які ти сказав людям в живу. А коли ти маєш віртуальне середовище, ти можеш зробити так, що ти оминаєш негативні коментарі, можеш зробити так, що тобі показуються тільки плюси, ти можеш викривити дійсність так як тобі є вигідно і показати її так, як тобі вигідно. Мені здається статус у віртуальному середовищі ще більше впливає на соціально-політичну інтернет-поведінку з точки зору того, що вона, по-перше, може бути дуже далека від реальності і не підкріпленим в реальному житті. Люди в інтернеті формують образ і оцей образ впливає так, що він може зробити цю соціально-політичну інтернет-поведінку дуже активною, що найчастіше і стається. Я вважаю, що це не завжди добре, навпаки – це більше погано, оскільки віртуальне середовище і статус людей в ньому є настільки зараз недостатньо багатим на ці культурні ресурси, такі як знання, що може призвезти до того, що може бути прикладом активної, але неправильної соціально-політичної інтернет-поведінки.*

Інтерв'юер: Яку роль у здійсненні користувачами СППП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова?

Експерт: *Одну з найважливіших ролей. Загальна освіта, як мінімум, для того щоб бути ерудованим, розуміти контексти і вчитися розрізняти фейк від правдивої інформації, уміння шукати фейки і не довіряти їм. Загальна освіта пояснює загальні принципи роботи інституцій державних і як з ними, по-суті, мала б комунікувати кожна людина. Громадянська освіта, зрозуміло, пояснює…До речі, у нас низький рівень громадянської освіти. Але я не кажу, що він має бути, що вона має бути на такому рівні як в Штатах, наприклад. Мені здається там вона є доволі нав'язливою. У нас вона є недостатньою, бо в нас вона чомусь якась застаріла, бо в нас вона базується на старих цінностях. Це не є погано, але громадянська освіта полягає в тому, щоб ти знав свої права, вмів їх захистити і, як мінімум, не вважав, що ти не можеш ні на що вплинути. Враховуючи явки на виборах, ясно, що тут впливає ще рівень недовіри до влади. Але знову ж таки, яким би не був рівень недовіри до влади, якби у нас була ця громадянська освіта, наприклад, на що йдуть податки – важлива тема. Але люди уявлення не мають на що йдуть їхні гроші, а на ці гроші живе країна. Самі люди оплачують велику кількість всього, що є в нашій державі. Я веду до того, що якби рівень громадянської освіти не був низьким, то ми б і без довіри до влади могли знати чого ми можемо добитися самі. Цифрова – це зрозуміло. Як цим всім користуватися.*

Інтерв'юер: Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СППП?

Експерт: *Середовище відіграє важливу роль. Я уже частково про це говорила про походження. Якщо ми говоримо про студентство, то дуже важливу, бо очевидно, що студенти в принципі часто розділені на групи, це природньо відбувається. В залежності від того які є особистісні риси і загальних вподобань і якихось занять, родів занять, типу спортсмени часто виділяються в спортивній якійсь там компанії, цікавляться тим то, і навпаки творчі люди – КВНщики. Тобто розмежовування студентів на групи є природнім процесом. Чому я про це говорю, а тому, що кожна з таких груп є мінісередовищем, в якому вони перебувають і часто навіть ось ці мінігрупи, які потім складають одну групу студентську, яку, до речі, теж ми можемо назвати середовищем, але часто вони можуть бути між собою незгодними. Якщо одна мінігрупка вважає, що потрібно йти і підтримувати, наприклад, вакцинацію, то інша може бути проти цього. Кожна з цих груп впливає на те, як поводиться її член в тій чи іншій соцмережі і так далі. Чому це впливає, тому що коли ти належиш до цієї групи, ти себе з нею ідентифікуєш і відповідно з тим середовищем, і коли ти розділяєш її цінності по речах основних, які стосуються твого життя, навчання, роботи, то і в соціально-політичних моментах ти будеш частіше згодний з тим як думає твоя група маленька. Навіть на більшій групі, коли будуть якісь суперечливості, то загалом це середовище, в якому ти перебуваєш або там, наприклад, цілий курс – хоча напевне не варто брати цілий курс до уваги, бо там можуть дуже розпилятися думки. Суть така, що в основному ці лідери думок, які так чи інакше є в будь-якому середовищі, вони будуть для тебе так само мати якісь впливи. Окрім того, що ти будеш сповідувати цінності своєї маленької групи*

, ти будеш перебувати під тиском групи великої і якщо він тебе задовольняє, то ти його підтримуєш, якщо ні, то ти, навіть попри те, що ти з ним не згоден будеш думати, що середовище знає краще. Часто думка мас, думка більшості може змінити твоє ставлення до чогось, бо ти починаєш сумніватися чи можеш ти дійсно бути в тому більш обізнаним ніж велика кількість інших людей, які з тобою згідні в багатьох інших моментах.

Інтерв'юер: Які саме середовища мають значення для реалізації користувачами СППП?

Експерт: *Сім'я, колеги, навчальне середовище. Кожне з них має вплив.*

Інтерв'юер: Які, з Вашої точки зору, форми СППП буде демонструвати користувач, який є членом або є долученим до діяльності політичної партії і/або ГО?

Експерт: *Тут просто. Такий користувач буде демонструвати активну соціально-політичну інтернет-поведінку. Тому що його вибір бути членом або бути долученим до діяльності вказує на те, що він є людиною, яка хоче показати іншим людям як її політична партія або громадське об'єднання може принести користь. Для того, щоб це показати, він повинен це демонструвати онлайн.*

Інтерв'юер: Яке значення для проявів СППП має приналежність користувача до університетського самоврядування?

Експерт: *До речі, теж має дуже велике значення. Це пов'язано з тим, що навіть на рівні управління невеличкими групами людей і коли в тебе є можливість реально впливати і робити зміни в житті навіть невеличких груп – це тобі дозволяє побачити наочно до яких змін може привести твоя поведінка соціально-політична активна, не важливо в інтернеті чи ні. Коли ти розумієш, що в житті це робити бажано аби добиватися якихось змін і результатів, то тобі інтернет і онлайн взагалі виглядає ще легшим місцем, де ти можеш це все робити. Я не знаю чому не всім пояснюють вагу і значення цього університетського самоврядування, бо, як на мене, це такий великий і важливий етап, я розумію, що не всі туди можуть іти, але для мене, люди які там працюють є дуже важливими, скажу так, піддослідними. З ними можна обговорювати як на них впливає ця міні владу, яку вони отримують і наскільки вона потім з ними в житті грає злий жарт чи хороший жарт. Як на мене, це дуже важливо є для людини, яка в принципі готова бути відкритою до світу і до інших людей, відкрито ділитися своїми баченням, думками і переконаннями, що не є так зараз легко. Це може виглядати легко, але не кожен це робить. Університетське самоврядування один з найважливіших етапів для людей, які потім проявляють соціально-активну політичну поведінку в інтернеті через те тільки, що вони побачили як результативно можна добиватися цілей, змін в житті.*

Інтерв'юер: Яким чином на реалізацію СППП впливає приналежність користувачів до різних соціальних мереж/платформ/сайтів?

Експерт: *Так само впливає, оскільки, в залежності від того до якої з платформ ти є долучений, то настільки в тебе на той період життя, в тебе*

є зацікавленість і вмотивованість до здійснення соціально-політичної інтернет-поведінки. Умовно, якщо ти тільки дивишся ютуб і нічого більше, то в тебе немає багато способів як виявляти ту активну соціально-політичну інтернет-поведінку, бо ти не перебуваєш в інших соцмережах, ти тільки дивишся відео, часто навіть не коментуючи їх. Тобто приналежність тільки до ютубу впливає на те, що ти споживаєш тільки в односторонньому форматі контент, ніяк не реагуєш на нього, по-суті, не проявляєш цю інтернет-поведінку. Приналежність до фейсбуку, що теж можна назвати середовищем, воно впливає на тебе безпосередньо, оскільки там, залежно напевне від країни, але я думаю, що так загалом всюди поширеним є цей от спосіб висловлювання і реакції швидкої на гостру соціальну тема, яка усіх хвилює. Тобто, коли ти приналежний і до цієї соціальної мережі, як би там не було, ти можеш не виявляти там активну соціально-політичну поведінку, але, як мінімум, ти є людиною, яка вимушена її сприймати, якщо ти є членом цієї спільноти.

Інтерв'юер: Які основні проблеми пов'язані з СППП існують зараз в українському суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати?

Експерт: *Ми вже про них говорили, насправді. Недовіра, недостатній рівень громадянської освіти. Цифрової освіти не знаю чи недостатньо. Зараз для того все робить, щоб вона була достатня. Громадянської точно недостатньо, але нехай вона буде не нав'язлива…Еее…Недовіра до влади – це проблема яку не так легко вирішити. Як це врегулювати? Не можу я сказати, що нам потрібен десятилітній приклад чесного керівника і його оточення, який буде показувати щиру любов до народу і України. Тільки так ту довіру можна повернути назад. Напевне, потрібно просто чекати. Плюс, тут все взаємопов'язане, бо поки люди не навчаться цієї активної соціально-політичної поведінки, яка буде призводити до реальних змін в їхньому житті і хороших сподвигів для покращення надання сервісу державними структурами, бенефіти малозабезпеченим. Коли не будуть вирішуватись проблеми завдяки ось таким зрушенням, що роблять ті з активною інтернет-поведінкою, то доти не буде при владі таких, які б були представниками спільнот, які активно пропагують цю поведінку. Нам треба роками вчитися, цю інтернет-поведінку здійснювати, щоб в результаті прийшли до влади ті, кому можна довіряти, бо це будуть одні з тих людей, які це пропагували.*

Інтерв'юер: Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?

Експерт: *Я не вбачаю неактивність студентської молоді проблемою. Я думаю, що їх треба вчити, що вони можуть і мають висловлюватися за умови, коли в них є відповідні знання, є бажання, є можливість, є потреба і як правильно це подавати, не образивши інших, не спровокувавши якісь конфлікти або, що гірше, збройні протистояння. Мало залучати студента до активної соціально-політичної інтернет-поведінки, треба вчити студентів, що їхня така поведінка обов'язково має якісь наслідки. Їм треба показувати, що хороший наслідок, якого вони хочуть добитися, прямо залежить від того, яку вони здійснили поведінку. Якщо вони хочуть мати гарний результат, їм*

для цього треба постаратися і ту поведінку активну здійснити. Коли вони її не потребують і усім задоволені, то ця активна соціально-політична інтернет-поведінка не є потрібною, тобто вони не мають бути активними заради активності. Це потрібно робити тільки коли є необхідність в досягненні якоїсь мети. Хоча цей суспільний розвиток – це діло тривке, це процес не одного дня. Зрозуміло, що це не в один момент відбудеться, коли я в один день був соціально-активним в інтернеті, відповідно я уже зробив свій вклад. Якщо йдеться про загальний суспільний розвиток, то тоді бути соціально-політично активним в інтернеті молоді бути, але має бути активність, яка не шкодить, яка має позитивні для них результати, приносити їм ще більше вмотивованості. Це має бути активність, яка не обов'язково агітує або пропагує, навіть якщо це якісь хороші речі, а це має бути активність, яка призводить до діалогу.

Інтерв'юер: Це було останнє запитання. Дякую Вам за відповіді!

Транскрипт інтерв'ю №2

Код інтерв'ю:
№2- м.Львів-32р-жінка-соціолог/аналітик

Дата проведення інтерв'ю: 16 листопада 2021 р.

Місце проведення: Україна, м. Львів.

Тривалість інтерв'ю: 1 година 20 хвилин.

Форма проведення інтерв'ю: дистанційна.

Мова інтерв'ю: українська.

Інтерв'юер: Мишок Р. Р., аспірантка кафедри СР, ІГСН, НУ «ЛП».

Особа експерта: кандидатка соціологічних наук, засновниця та СЕО Соціологічної агенції Fama. Одним із спектрів діяльності організації є передвиборчі дослідження у ході президентської та парламентської кампанії. Нещодавно реалізовані проєкти: «Цифрова грамотність населення Львівської МТГ» «Особливості споживання (дез)інформації».

Обставини інтерв'ю: експертка активно співпрацює з кафедрою СР, тому домовитися про інтерв'ю не викликало труднощів. Інтерв'ю проводилось на платформі ZOOM. Експертка на час інтерв'ю перебувала спочатку на роботі, а потім вдома. Інтерв'ю переривалось на певний час у зв'язку з зайнятістю експертки.

Загальні враження від інтерв'ю: Бар'єрів під час комунікації не виникало, за вийнятком опосередкованого спілкування. Виникли певні труднощі технічного характеру – експертка під кінець інтерв'ю перестала отримувати звук. Спілкування було відкрите, експертка відповідала охоче. Експертка не відходила від теми, відповідала чітко, лаконічно та вичерпно.

ІНТЕРВ'Ю

Інтерв’юер: Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?

Експерт: *Я думаю, що інтернет-поведінка – це в першу чергу… я б її поділила на два види – це пасивна і активна. Пасивна – це коли мова йде про сприймання інформації, читання матеріалів. Її, знову ж таки, теж можна поділити на різні категорії. От ми недавно працювали над одним дослідженням. Якраз там, були виведені чотири моделі по сприйняттю інформації. Це, власне, така пошукова робота. Друга – активна поведінка, коли відбувається якась певна комунікація, взаємодія, взаємодія з матеріалом, поширення цього матеріалу у своїх соціальних мережах, коментування, висловлення власної думки, підготовка постів. Якось так.*

Інтерв’юер: Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?

Експерт: *Це набір практик, які реалізовуються онлайн, не офлайн, поведінка онлайн. Це поведінка, яка стосується питань соціальних чи політичних, реалізація права вибору з приводу питань, пов’язаних з місцевим врядуванням, чи участю в громадському бюджеті, висловлення думки з приводу, подання петицій. Я б такого плану поведінку віднесла до соціально-політичної інтернет-поведінки. Якщо говорити виключно про інтернет-поведінку, то це просто ширше питання, вона може бути пов’язана з іншими сферами зацікавленості, інтересів того, хто і реалізовує цю поведінку.*

Інтерв’юер: Зважаючи на критерій рівня активності в інтернеті, які типи поведінки користувачів Ви можете визначити?

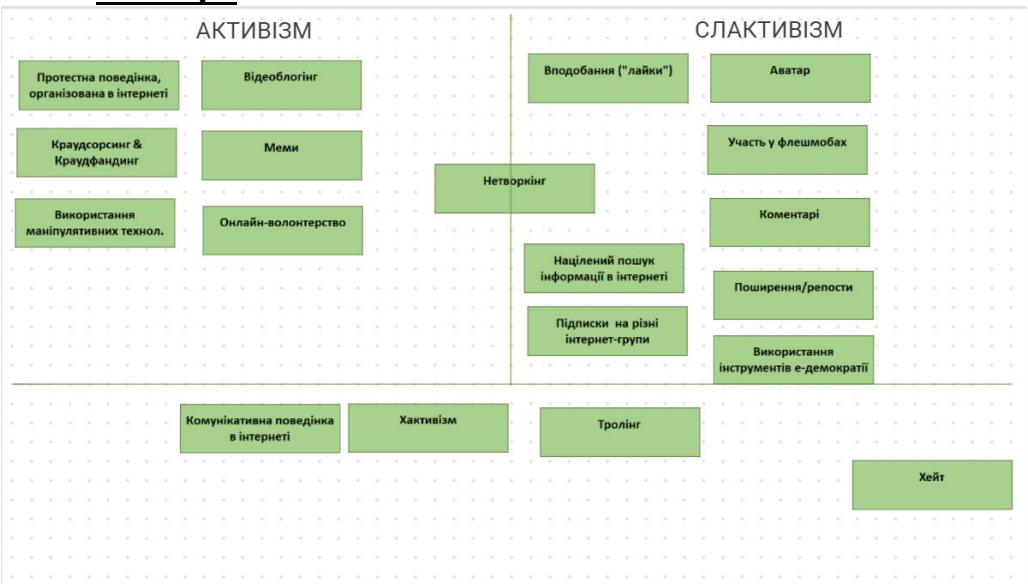
Експерт: *Це може бути абсолютно пасивна поведінка, тобто її абсолютна відсутність і активна. Також тут потрібно визначити, попри високий рівень інтернетизації, що є люди, які поза інтернетом. Є група тих людей, які використовують інтернет як джерело інформації поза соціальними мережами. Це серед пасивних типів. Далі якщо говорити про соціальні мережі, то там також можна виділити тих, які зареєстровані, але вони є, по-суті, спостерігачами чи читачами, які використовують соціальні мережі як джерело отримання інформації. Далі можна виділити таких, які проявляють активності для пошуку. Тобто інформація не сама на них навалюється, наприклад як ті, які зареєстровані у вайбер-групах, вконтакті чи ще десь, тобто ті, що пасивно очікують поки та інформація як лавина на них навалюється і вони не дуже фільтрують, що споживають. Ті, які проявляють активність у пошуку інформації, вони підбирають джерела, тип контенту, який їм цікавий. Ну і остання група в плані активності…хоча не остання, передостання. Це ті, які поширюють інформацію, які взаємодіють з інформацією, коментують її. І напевне найвищий рівень активності, це ті, які генерують контент, які створюють матеріали, пости.*

Інтерв’юер: Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?

Експерт: *«Slacker» - це як лінтюх. Цей термін я би не визначала серединою між активністю та пасивністю. Для мене він лежить в іншій площині. Це ніби скоріше пасивна поведінка.*

Інтерв'юер: Спробуйте класифікувати запропоновані форми СППП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СППП Ви могли би додати до запропонованих.

Експерт:



Мені так видається, що в залежності від проявів.

От відеоблогінг – це, по-суті, активізм. Але питання суті цього блогінгу, які там меседжі передаються, чи це щось без критики, без конкретних пропозицій, тоді відеоблогінг може мати забарвлення слактивізму. Тобто тут треба розділяти форму і наповнення.

Комунікативна поведінка…тоді питання яка? Для мене це трохи заширока категорія. От мені на гадку приходить такий кейс: недавно була ситуація, збирали кошти, можливо Ви чули, на порятунок Вікторії Полюги, їй треба було вколоти дуже дорогий укол, вартістю 2 мільйона доларів. Утворилася група активістів, які взялися допомагати їй збирати ці кошти. Насправді біля цієї ситуації дуже багато людей зібралося. І були ті, які робили по формі певні речі – якісь блоги зробили, якусь зустріч організували, але було видно, що вони робили це…як от цей слактивізм, тобто щось провели, а результату з того ніякого, чи дотягнули то до кінця, не довели то до кінця. Були люди, які були активні, тобто вони йшли до цілі. Вони використовували інші форми – використовували технології відеоблогінгу і так дальше. Тобто кожен з цих інструментів може бути по-різному використаний. Комунікативна поведінка може бути різною – це і поставити «лайк», і організувати флешмоб. Я б трішки подрібнила її.

Вподобання («Лайки») за інтенсивністю і впливовістю ця дія є достатньо слабкою.

Нетворкінг можна використати по-різному. Його можна використати, наприклад, як дія, інструмент для досягнення чогось, а може бути і слактивна дія, ніби поговорили-поговорили, а результату ніякого.

Меми можна створювати, а можна просто поширювати.

Тролінг теж можна по-різному зробити. Можна через коментар під постом, а можна зняти якесь відео, поставити на рекламу і це вже буде різний рівень активності.

Протестну поведінку, організовану в інтернеті я проінтерпретувала як якусь лідерську позицію, не долучення, а власне як організація, тому це активізм.

Якось так. Далі мені складно розподілити.

Інтерв'юер: На Вашу думку, яка СППП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства?

Експерт: *В принципі студентство є активним в інтернет-середовищі. Зважаючи на тенденції розвитку інтернет-технологій цей рівень активності буде лише збільшуватися, бо дуже багато життєвих сфер мігрують в онлайн-середовище, отримання адмінпослуг, висловлення позицій, колись ми доростемо до того, що голосування буде відбуватися онлайн. Думаю, з часом, особливо серед молодшої категорії вона буде зростати. Студентство не можна сприймати як гомогенну категорію. Серед студентів є представники більш лідерського типу, більш політично зацікавлених, є ті, яким ця тематика є байдужа і вони дистанціюються. Тому загалом про студентство я б не казала, там треба виділяти якісь окремі групи за різними критеріями. Можуть бути студенти долучені до політики, політичних партій, вони тоді мали б бути більш активніші, або ті які є соціально-активні, але політично незаангажовані, в то й же час – це студенти лідерського типу і можуть організовувати різні заходи.*

Інтерв'юер: Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СППП?

Експерт: *Думаю, що це якісь отакі особисті риси людини, тобто вміння, бажання висловлювати свою думку, зацікавленість в тій чи іншій темі, бо якщо людина зацікавлена, то вона більш активно може проявляти свою поведінку з тих чи інших питань.*

Інтерв'юер: Якими диспозиціями (особистісними рисами) має володіти користувач для реалізації активної СППП?

Експерт: *Вміння висловлювати свою думку, бажання бути почутим, лідерські якості. Ще питання локус-контролю, коли людина є інтернальна вона мала б бути більш активною, хоча це гіпотеза, треба перевіряти. Екстернальна – людина думає, що її життя залежить від зовнішніх обставин.*

Інтерв'юер: Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СППП?

Експерт: *Не знаю чи тут є якийсь зв'язок з ціннісними орієнтаціями. Пройшлася по шкалі Шварца…не знаю, тут треба досліджувати, зараз мені складно сказати.*

Інтерв'юер: На Вашу думку, яким є рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СППП?

Експерт: *Мотиваційна структура – це таке дуже індивідуальне поняття, в кожного можуть бути різні мотиви. Якщо Ви запитуєте про*

рівень, то напевне, аби реалізовувати активну соціально-політичну інтернет-поведінку має бути високий рівень вмотивованості, тобто чим більший рівень вмотивованості, тим більша поведінка і навпаки.

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів детермінують прояв слактивізму?

Експерт: *Інтравертність, пасивність, несміливість, замкненість, незацікавленість в новинах, невмотивованість, низький рівень патріотизму, аполітичність.*

Інтерв'юер: Ознайомившись з вашими нещодавніми дослідженням, я помітила, що Ви акцентуєте увагу на такому явищі як довіра.

Експерт: *Так, тут Ви в правильному ключі думаєте. Довіра є базовою умовою для реалізації тих чи інших форм поведінки і соціально-політичної зокрема.*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів можуть спричинити прояв пасивної СППП?

Експерт: *Тут такий скептицизм може бути, тобто людина не довіряє нікому, нічому то вона може бути більш пасивною.*

Інтерв'юер: Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СППП? Які є типи цих ресурсів?

Експерт: *Це матеріально-технічні ресурси: треба мати техніку, треба мати змогу оплатити за інтернет. Це інтелектуальні ресурси, тобто бути носієм певних ідей, які просувати в ході тої чи іншої активності.*

Інтерв'юер: Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?

Експерт: *Перші – це в принципі базові, без цього ніяк, інтелектуальні ресурси без них ніяк.*

Інтерв'юер: Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СППП ?

Експерт: *Це насправді гіпотеза для кількісного дослідження. Тут треба просто йти на вибірку кількісну і робити дослідження. Інакше – це буде моя суб'єктивна думка. Але якщо потрібно, то, відверто кажучи, я не думаю, що тут буде якась залежність. Якщо дивитися закордоном, то там можливо таке є, бо там більше структурований і стандартизований соціум, якщо говорити про нас, про українське суспільство, коли пан професор може мати ставку 7 тисяч гривень, а, умовно, водій таксі – тисячу доларів, тому тут все так неоднозначно.*

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *З одного боку, якщо людина займає якийсь високий статус офлайн, то вона тоді більш confident, впевнена в собі, в прояві своєї активності. З іншого боку є чимало досліджень, які показують, що люди онлайн є більш сміливіші. От якраз це причина хейтів, тобто, те, що люди б ніколи не сказали в очі один одному, вони це говорять в соціальних мережах,*

тому що це якась абстрактна не конкретизована постать. Можливо онлайн люди будуть проявляти більше активності.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Якщо людина перебуває в статусі адміна групи, то можливо тоді вона буде проявляти більш активну поведінку. Якщо говорити про блогерів, то, власне, блогерами стають більш активні користувачі. Це не означає, що серед звичайних користувачів не може бути інших активностей, можливо вони не обрали блогерство як форму висловлення. Очевидно, що ті, які мають більш активний статус – блогер, адмін, то вони проявляють більш активну поведінку.*

Інтерв'юер: Яку роль у реалізації користувачами СППП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова?

Експерт: *Цифрова – це очевидно, без неї не можна реалізуватися ніяк. Наявність загальної освіти – це базова річ, але вона не є запорукою, передумовою реалізації більш активної громадсько-політичної поведінки онлайн. Громадська освіта – так. Теж питання інтенсивності.*

Інтерв'юер: Яким, на Вашу думку, є рівень громадянської та цифрової освіченості сучасної української молоді, зокрема студентства? Чому саме такий рівень?

Експерт: *З цифровою, я думаю, взагалі проблем ніяких немає. З приводу громадянської, то студентство досить гетерогенна група. Ми бачимо по революціях і по Помаранчевій, і по Революції гідності, ну це офлайн, але там все паралельно відбувалося (групи Майдан.SOS і так далі), воно організовувалось і підтримувалось студентським середовищем.*

Інтерв'юер: Яку, на Вашу думку, роль у останній революції відігравали новітні інформаційні технології? Більшу чи меншу за традиційні ЗМК?

Експерт: *Це був зовсім інший рівень. Це напевне і основна відмінність від Помаранчевої революції. Це вже питання мобілізації людей і комунікації між собою. Інтернет-ресурси відіграли тут дуже важливу роль. Та, що та роль була сильніша в порівнянні з попередньою революцією, то так. Якщо говорити зараз в плані мобілізації за допомогою інтернет-ресурсів, тоді в Революції гідності тут відіграли більшу роль соціальні мережі. Хоча, як показують дослідження, телебачення в нас переглядають близько 90% населення і це дуже велика частка. Якщо говорити про паперові медіа, то вони відходять уже в минуле. Я не знаю, хто ще дуже купує паперові видання.*

Інтерв'юер: Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СППП?

Експерт: *Ви тут маєте на увазі офлайн-середовища, так? Бо тут і онлайн важливо, бо інтернет-ресурси дають можливість формування соціальних бульбашок. Однозначно, що така соціальна бульбашка має сильний вплив на користувача і на реалізацію ним поведінки.*

Інтерв'юер: Які саме середовища мають значення для реалізації користувачами СППП?

Експерт: *Напевне наскільки авторитетною група є, наскільки відбувається взаємодія в цій групі. Якщо взяти до уваги студента і його взаємодію з конкретною групою: чи відбувається спілкування, обмін ідеями. Тобто має бути взаємодія, для того аби відбувався вплив. Якщо людина себе дистанціює, просто прийшла, відсиділа пару і пішла, вона собі знаходить інше середовище, в якому може себе реалізувати. Це питання інтенсивності взаємодії, фізична присутність сама по собі має певний вплив, але це ж люди не перебувають в закритому просторі, хіба якщо перебувають так довгий проміжок часу, то це зовсім інша ситуація.*

Якщо взяти питання професійного середовища студента, то варто враховувати чи в трудовому середовищі обговорюються такі теми, чи там накладене табу на підняття якихось таких тем. Колись у нас була така гіпотеза. До нас звернувся Львівський ІТ-кластер і вони хотіли, щоб ми провели дослідження електоральних преференцій ІТ-спільноти. Вони собі думали, що якщо це люди наче однієї сфери, наче з однаковими цінностями, з одного середовища, що в них мають бути дуже схожі електоральні настрої. А виявилося, що вони абсолютно в розрізі загальному і нічим дуже не відрізняються від середньоміських показників. Мається на увазі те, що ці люди між собою спілкуються, а може і ні, то не факт, що вони переконують один одного змінювати поведінку. Вплив може мати хтось інший, щось інше.

Інтерв'юер: Які, з Вашої точки зору, форми СППП буде демонструвати користувач, який є членом або є долученим до діяльності політичної партії і/або ГО?

Експерт: *Тут теж питання форми залучення. Якщо тут може бути просто фіктивний учасник, якого просто записали в ряди політичної партії чи ГО і він там ніколи не з'являється. Може просто приходити. Тут питання ще мотивації, чому вступив. Може комусь там скучно було і прийшов поспілкуватися, може когось сусід потягнув за руку, або студенти-одногрупники прийшли. Я просто була колись членом політичної партії і я цілком свідома того, що там зовсім різний мотиваційний набір був учасників. Одного і того ж віку, але кожен приходив туди за різним. Відповідно всі демонстрували різні форми поведінки і активності.*

Інтерв'юер: Яке значення для проявів СППП має приналежність користувача до університетського самоврядування?

Експерт: *Тут те саме питання як і з політичною партією – чого туди прийшов? Тобто, якщо прийшов туди для того аби реалізовувати якісь свої амбіції, власне, займатися самоврядуванням, тоді це є сенс. Але з іншого боку, що якщо бути в середовищі університетського самоврядування, то в тих студентів, які навіть прийшли з іншим мотивом, в них є більше шансів проявляти активну поведінку, ніж в тих, які не є в цьому середовищі. Коли ти перебуваєш в цій соціальній бульці, тебе затягують десь, ти більш поінформований, бо перебуваєш в інформаційному полі, що дуже важливо. Ті,*

які не є в цій спільноті, їм, по-суті, бракує інформації про інструменти впливу, івенти, активності, форми поведінки.

Інтерв'юер: Яким чином на реалізацію СППП впливає приналежність користувачів до різних соціальних мереж/платформ/сайтів?

Експерт: *Тут треба брати окремі соціальні мережі, платформи, сайти. Може бути сайт ua.review, такі явно дезінформаційні, фейкові сайти. Можуть бути liga.net, VoxUkraine, які дають надійну, перевірену інформацію. Це все залежить від характеристики тої чи іншої мережі чи джерела інформації. Якщо це експертні сайти, які надають аналітичну інформацію, яка дозволяє мислити, рефлексувати, приймати рішення, займати свідому суспільно-політичну позицію – це одне. Якщо ми візьмемо рух антивакцинаторів, то вони дуже активні. Серед них теж є активісти, просто вони там якусь «єрєсь» пропагують.*

Якщо говорити про соціальні мережі, то вони мають різне забарвлення. Інстаграм – це такий більше marketplace, має розважальний характер. Хоча зараз напевне ТікТок уже став більш розважальним. Телеграм – це більш експертного спрямування. Фейсбук – на стику, там є мікс суспільно-політичної інформації і розважальної. В порівнянні з інстаграмом в фейсбуці розваг суттєво менше.

Інтерв'юер: Які основні проблеми пов'язані з СППП існують зараз в українському суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати?

Експерт: *Проблеми….Те, що онлайн поведінка, на неї вплив має фактор анонімності і люди такі більш «борзі» в плані хейту. З одного боку, те що є перевагою в плані поширення інформації воно в той же ж час є і проблемою, бо це є сильне джерело поширення дезінформації. Тому дуже великий ризик поширення дезінформацій, яка, по-суті, може мати вплив на людей, які проявляють певний активізм, бо немає нічого гіршого, ніж завербований теоріями змови активіст, який розносить цю інформацію, пропагує її, відстоює ці ідеї. Знову ж таки, питання антивакцинаторів. Недавно мене долучили, навіть не знала, що таке є, група у вайбері антивакцинаторська. Зрештою, російська пропаганда дуже чітко працює. Вони власне шукають таких людей, якіх можна переконати і які були би активними, і поширювали цю інформацію далі. Подолання проблеми дезінформації, то дуже глобальне питання. Це проблема, яка буде нас турбувати наступні десятиліття і вона не так легко вирішується. Звичайно, говорять, що треба піднімати рівень критичного мислення, треба розвінчувати міфи, дезінформацію, давати більше адекватної, правдивої інформації. Це все добре і правильно, але на практиці це все дуже непросто, тому що ми навіть можемо спостерігати коли в дезінформаційних кампаніях беруть участь високопосадовці. Питання того самого Трампа, який бере участь у такій кампанії, яка стосується впливу великого бізнесу на екологія, клімат. Це все дуже непросто, це вже епоха постправди, коли йде підміна понять. Це все серйозні речі і насправді дати рецепт врегулювання я не можу. Це очевидна проблема, про яку*

говорять багато експертів, багато є проектів, які боряться з цією дезінформацією. Це така реальність, в якій ми зараз живемо.

Інтерв'юер: Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?

Експерт: *Питання якої то активності. Якщо йде мова просто про активність, то в молоді з тим проблем немає абсолютно. Це питання соціальної реклами і прикладів. Якщо говорити про підвищення соціально-політичної активності, то гарним прикладом є створення місцевого самоврядування учнівського, студентського, це можливість практикуватися, показувати впливовість кожного голосу.*

Інтерв'юер: Це всі питання нашого інтерв'ю. Дякую Вам за відповіді!

Транскрипт інтерв'ю №3

Код інтерв'ю:

№3- м. Львів-32 р-жінка-журналіст/аналітик/викладач

Дата проведення інтерв'ю: 20 листопада 2021 р.

Місце проведення: Україна, м. Львів.

Тривалість інтерв'ю: 1 година 14 хвилин.

Мова інтерв'ю: українська.

Форма проведення інтерв'ю: дистанційна.

Інтерв'юер: Мишок Р. Р., аспірантка кафедри СР, ІГСН, НУ «ЛП».

Особа експерта: журналістка, викладачка. Авторка моніторингів щоденних теленовин ГО «Детектор медіа». Раніше – регіональна представниця Інституту масової інформації у Дніпропетровській області. У медіа з 2008 року, працювала в регіональних виданнях Запоріжжя, Дніпра та Львова. Як регіональна представниця "Інституту масової інформації" у Дніпрі брала участь у дослідженнях медіа-ландшафту ЗМІ Сходу і Півдня, дослідженнях медіавласності регіональних та національних ЗМІ. З 2014 року брала участь у моніторингах регіональних теленовин "Детектор медіа" (тоді ще "Телекритика). З листопада 2016 року є авторкою моніторингів новин всеукраїнських телеканалів. З жовтня 2018 до 2021 – викладачка Школи журналістики УКУ. З 2021 викладачка Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. Курси: цифрова журналістика, медіакритика, журналістська майстерність. Тематика курсів: професійні стандарти журналіста, журналістська етика, медіаграмотність.

Обставини інтерв'ю: вийти на цього інформанта допомогла інша експертка. Інтерв'ю проводилось на платформі ZOOM. Експертка на час інтерв'ю перебувала вдома. Сторонніх осіб не спостерігалось.

Загальні враження від інтерв'ю: Бар'єрів під час комунікації не виникало, за вийнятком опосередкованого спілкування. Труднощів технічного характеру не було. Спілкування було відкрите, експертка відповідала охоче. Експертка не відходила від теми, відповідала чітко, лаконічно та вичерпно.

ІНТЕРВ'Ю

Інтерв'юер: Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?

Експерт: *Я буду говорити суто емпірично, тому що я ніколи цього не теоретизувала і не робила ніяких класифікацій. Тут я б характеризувала користувачів за залученістю, тобто наскільки активно люди користуються взагалі ресурсами інтернету. Напевне що за функціональним підходом – для чого вони цим користуються. По-перше, для отримання якоїсь розрядки емоційної, якісь розважальні речі. Друге – це для отримання якоїсь інформації, новин і так далі. Тут новини, які я розумію, як людина, яка досліджує новини і те, що розуміють особливо молоді люди під новинами – це зовсім різні речі. Це стосується більше тематичних моментів. Те що можна сказати і про соціалізацію, тобто бути в курсі того, що відбувається зі своїми друзями, однолітками, кумирами і безпосередньо спілкування.*

Інтерв'юер: От Ви згадали про критерій залученості, то які типи поведінки сюди відносите?

Експерт: *Це, скоріше, активні користувачі, тобто люди, які ведуть власні сторінки. Тут теж їх можна класифікувати: люди, які просто ведуть сторінки і люди, які вже створюють свій медійний бренд. Тому що дитина бере в руки телефон і може вести уже свій ютуб-канал чи інстаграм-канал і робити це цілеспрямовано. Хтось це робить, бо всі так роблять і я так роблю. Тобто, це вже контент-мейкери різних рівнів. Друге – це люди, які поводяться більше як споживачі. Вони можуть щось постити, але ключова їхня активність – це те, що вони читають новини і дивляться що там відбувається. І третя (ну серед молоді я це рідко зустрічаю), коли тримаються осторонь, скажімо, вони можуть використовувати месенджери чи інші соціальні платформи для того щоби спілкуватися приватно, тобто повідомлення тощо. Тобто мінімально взаємодіють з контентом. От три такі групи контент-мейкерів з різним рівнем якості і активності творення цього контенту, споживачі і люди які використовують це більше для приватної комунікації.*

Інтерв'юер: Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?

Експерт: *Найперше, що приходить в голову – це коли людина в якийсь спосіб виробляє свою громадянську позицію і декларує громадянську позицію за допомогою засобів інтернету чи соціальних мереж й інших платформ в онлайні. Але, коли я тільки почула про тему цього дослідження, я подумала, що дуже багато молодих людей не є такі соціально-політичні, соціально-політично активні, скажімо. Вони активні в соціальних мережах, але назвати якось це політичною включеністю це достатньо складно. Але, в той же час, якщо брати це в ширшому розумінні, тобто включення в якісь обговорення з ситуацією блогосфери, наприклад, де вони можуть бути більш активно залучені, це теж є частиною громадянської інтернет поведінки. Тобто, будь-що, що дозволяє людині дізнаватися про правила в цьому середовищі, в цій сфері, в цій галузі, якою вона цікавиться і декларувати якось свою позицію з*

цього приводу. І, повертаючись до першого питання, вона може її не декларувати, але при приватних, особистих розмовах, при особистому спілкуванні те що вона споживає, підбирає, формує її цю бульбашку і це впливає на те, яку позицію вона отримає. І, до речі, підхід до медіаграмотного споживання – це теж може бути важливою складовою цієї соціально-політичної інтернет-поведінки. Тобто людина може стежити за б'юті-блогерами виключно, наприклад, при тому не фільтрувати якість контенту і у підсумку стати там активним антивакцинатором. І тому якість підбору джерел – це теж дуже важлива складова.

Інтерв'юер: Чи можна б'юті-блогерів назвати такими, що здійснюють соціально-політичну інтернет поведінку?

Експерт: *Вони можуть її здійснювати. Ну я не стежу за всіма блогерами. Але я знаю кілька прикладів, коли людина розказує просто про якісь свої особисті речі, а потім вона починає виступати як гуру здорового харчування чи здорового способу життя, а потім це переноситься на питання здоров'я загалом. Починають транслюватися меседжі народної медицини, цілительства тощо, що дуже вимагає включення критичного мислення, для того щоб це проаналізувати, а потім з'являються заклики, що вакцинація – це погано, нас заганяють всіх в стадо і це порушення наших прав. Тобто така трансформація можлива, але я б не відносила до цієї категорії таких, які не намагаються впливати на поведінку своїх підписників. Якщо людина просто розповідає про якийсь продукт – це одна справа, якщо людина починає створювати якісь правила і впливати на поведінку в будь-якій сфері чи це кулінарія, індустрія краси, чи культура, мистецтво, політика громадянська активність, коли включається формування моделей поведінки це може бути соціально-політичною інтернет-поведінкою, незалежно від теми.*

Інтерв'юер: Що, у Вашому розумінні, означає бути пасивним в сенсі проявів СППП?

Експерт: *Пасивний – це напевне людина, яка керується суто рекомендаціями алгоритмів, не підбираючи контенту за якимись своїми критеріями. Тобто, що в Ютубі показують, те й дивимось. Все, що стрічка ТікТоку виносить, те ми дивимось, не фільтруючи цю інформацію. Безумовно, пасивними є ті споживачі, які мінімально взаємодіють з цим контентом, тобто або жодним чином там не лайкають, не пишуть жодних коментарів і не продукують жодного контенту. Якщо так дуже різко, то ті, хто лишає по собі якийсь слід в соцмережі, чи це власні пости, чи це взаємодії з постами інших авторів, чи це коментарі – ті можуть бути активними, а ті, хто взагалі нічого не робить з контентом, ніяк не впливає на те, як формується його стрічка новин, то ці є пасивними.*

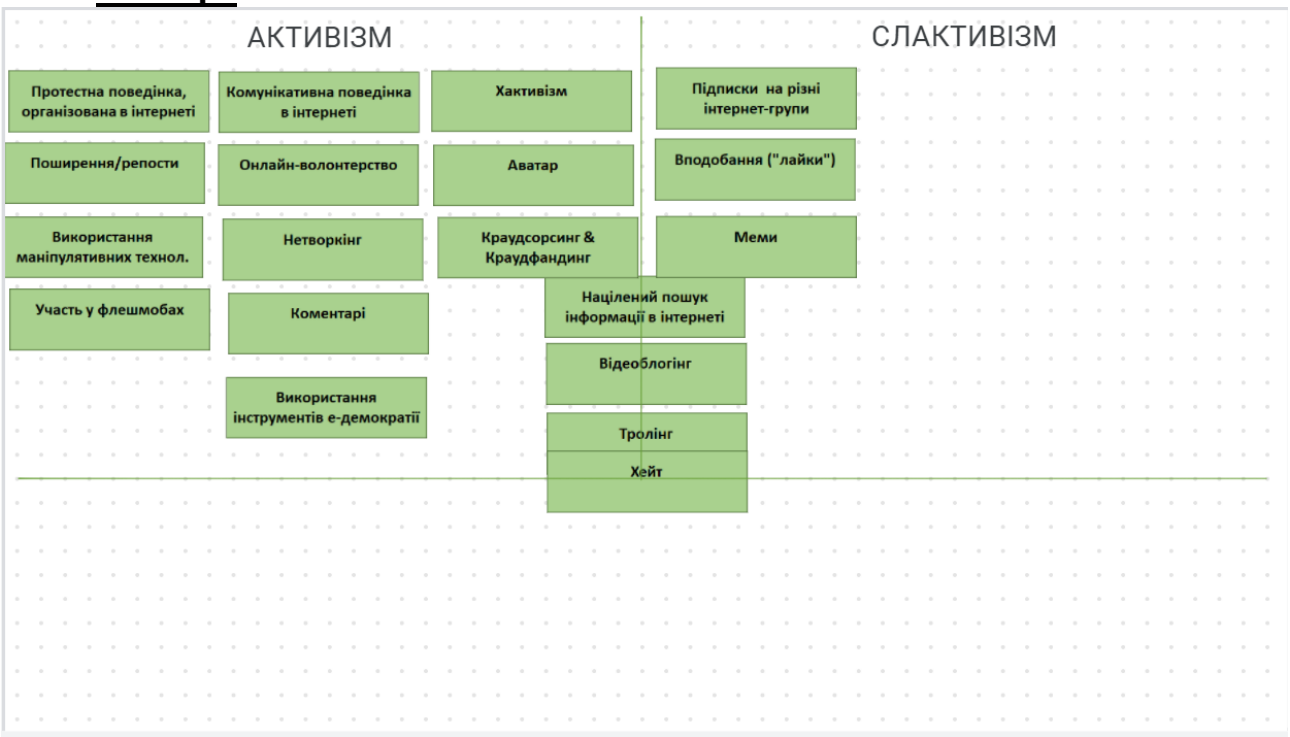
Інтерв'юер: Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?

Експерт: *Вперше чую. Дізналася нове слово.*

Враховуючи те, що ви мені сказали, то до практик слактивізму можу віднести якісь реакції, коли просто лайкає пост, не висловлюючи свою думку про нього. Можливо це навіть розміщення контенту, коли людина просто фотографує все, що бачить, не маючи якоїсь чіткої концепції, не розуміючи з якою метою вона створює цей контент, навіщо вона поширює, кому вона поширює, не розуміє що є посилом комунікації, кому це повідомлення адресоване і з якою метою. Якусь взаємодію людина здійснює з контентом, але без конкретної мети. Відсутність мети тут напевне є ключовою відмінністю. Тому що активність і пасивність може бути концептуальною позицією людини, тобто вона може бути свідомою і максимально пасивна поведінка може бути свідомим рішенням людини, наприклад, діджитал детокс чи з якось інших міркувань. А от така, що ні туди, ні сюди – це може бути якраз без конкретно вираженої мети.

<u>Інтерв'юер</u>: Спробуйте класифікувати запропоновані форми СППП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СППП Ви могли би додати до запропонованих.

<u>Експерт</u>:



Протестна поведінка, організована в інтернеті це 100% активізм, тому що має певну мету. Мене ще дуже приваблює слово «організована».

Якщо комунікативна поведінка тут мається на увазі як націлена комунікація, то віднесу це до активізму. Хактивізм теж сюди, бо це явно діяльність, яка має певну мету.

З тролінгом складно, тому що якщо тролінг сприймати як манеру спілкування в інтернеті, то це може бути слактивізм, тобто тут людина може не переслідувати якоїсь конкретної цілі, просто в силу її характеру може бути така штука. Якщо ми говоримо про груповий тролінг, коли є

якийсь центр керування чи кілька центрів і люди координуються, не залежно від того чи це боти, чи це реальні люди здійснюють комунікацію, тролінг може бути активізмом.

Підписки на різні інтернет-групи – це слактивізм, хоча я й казала, що якщо людина якось і фільтрує інформацію, то це вже не пасивна поведінка, але тут може людина не переслідувати жодної мети, а підписатися на все, що подобається і потім читати з цього лише 10%.

Відеоблогінг тут я розділяю, бо якщо людина веде блог, маючи якусь концепцію – то це може бути активізм, якщо це просто вироблення контенту, бо мені цікаво, мені подобається – то це може бути слактивізм.

Щодо онлайн-волонтерства, то тут саме волонтерство передбачає якусь активну громадянську позицію, тому – це активізм.

Хейт аналогічно з тролінгом. Якщо людина це робить, бо вона не достатньо асертивна в принципі як людина, вона не може писати критику конструктивну і це може бути без переслідування якоїсь мети. Якщо це постійні коментарі, наприклад, я знаю людину, яка, в силу своєї сфери зайнятості, своїх професійних інтересів, дуже не любить одне з міністерств і вона цьому міністерству пише коментарі всюди, де тільки можна, тролить, некоректно висловлюється про працівників цього міністерства при кожній нагоді або без. Такий хейт уже є проявом активізму, бо людина переслідує якусь мету.

Є така категорія як просто репост, а є така категорія як доповнений репост. Якщо людина висловлює свою думку, то це може бути як активізм, тобто підтримати позицію і якось дати можливість це поширити. Наприклад, в мене є якийсь пост, де просто фотографія моєї кішки, який поширила людина, якої я навіть не знаю. Я от думаю, для чого це робиться? Відчуття просто, що якщо є кнопка поширити, то треба її застосовувати. Або люди це приймають як те, що вони собі ніби зберегли щоб потім подивитися, щоб в них на сторінці було гарно, без жодної якоїсь позиції. Все ж таки, я віднесу це більше до активізму, тому що якщо людина хоче поширити цю інформацію, то вона має ціль, щоб якомога більше людей це побачило.

Маніпулятивні технології теж застосовують з якоюсь метою.

Меми. Якщо це створення мемів – то це активізм, якщо це просто поширення, то слактивізм.

Націлений пошук інформації в інтернеті – це не активізм, це споживання, тільки більш усвідомлене. Тут я вагаюся.

Коментарі – це здебільшого слактивізм. Але є випадки, коли це висловлення незгоди, підтримки. От як зараз з цим антивакцинатором відбувається, що коментарі – це дуже активний спосіб його прихильників висловлювати незгоду з тим всім контентом, який розповідає, який же ш їхній кумир поганий. Все ж таки напевне активізм більше. Якщо це коментар сердечко, емоджі, якийсь лайк, чи «яка гарна фотка» - то це не є активізмом.

<u>Інтерв'юер</u>: На Вашу думку, яка СППП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства?

Експерт: *Це напевне ця середня позиція, це про слактивізм. Коли вони щось знають і щось бачать, але не мають конкретної мети щоб це використовувати.*

Інтерв'юер: Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СППП?

Експерт: *Рівень лідерства дуже впливає на те як людина себе позиціонує. Самооцінка, тому що це може бути або завищена, або занижена, що може бути важливою складовою того як людина поводиться в соціальних мережах. Загалом рівень інтелекту. Тут не кажу про освіченість, бо це залежить від того в яких умовах людина в принципі росла, але вміння співставляти одне з іншим або робити якісь прості висновки, воно теж дуже сильно впливає на те як людина користується соцмережами, чи вона це робить з більшою мірою активності, чи з меншою.*

Інтерв'юер: Якими диспозиціями (особистісними рисами) має володіти користувач для реалізації активної СППП?

Експерт: *Тоді тут напевне йдеться про те, щоб мати, по перше, активну громадянську позицію, мати в принципі розуміння, що я на щось впливаю, бажання брати на себе відповідальність і усвідомлення того, що таке відповідальність взагалі. Я так розумію, що ця поведінка може бути як і продуктивною, так і деструктивною. В залежності від того як людина налаштована, вона або за добро в усьому світі і тоді це буде волонтерство, різні донаторські практики чи поширення знань про інструменти різних способів участі в цьому світі і в політичному житті країни, чи це людина, яка переслідує якісь деструктивні речі, чи це відпрацьовані гроші, або поширювати якісь маніпулятивні речі, заробляючи на цьому, чи самоствердджуючись за рахунок того, що вона принижує інших політиків, інших діячів активних, незалежно від рівня чи це глобально, чи це в своєму дворі, селі і ОСББ і так далі.*

Інтерв'юер: Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СППП?

Експерт: *Я уже раніше говорила про відповідальність. Лідерство – це з відповідальністю також пов'язано. Я напевне зараз буду повторюватись з попередніми питаннями.*

Інтерв'юер: На Вашу думку, яким є рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СППП?

Експерт: *Рівень вмотивонаності є і він відрізняється. Людина слактивна більш інерційно поводиться в мережі. Людина, яка проявляє активну позицію, вона має якусь ціль і це може бути різна мотивація: чи людина робить кар'єру, чи людина хоче, щоб в її під'їзді було чисто нарешті, чи людина виконує роботу, бо їй платять за те, що вона просуває. Тому рівень, звичайно, відрізняється і в слактивних людей це буде менший рівень.*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів детермінують прояв слактивізму?

Експерт: *Це нижчий рівень відповідальності. Можливо схильність до патерналізму. Не знаю як це точно назвати, але це можуть бути і практики*

наслідування, тобто бути як всі, не відрізнятися, орієнтованість на масовість. Тобто якщо всі включилися в фотографію «Підтримаємо МакДональдс», тому що вони запустили меню українською мовою, то я теж маю обов'язково включитися в це, бо всі так роблять. Це більше прояв колективного, ніж індивідуального. Робити як всі і відчувати себе частиною великої спільноти.

Інтерв'юер: Що Ви можете сказати про вплив довіри (до оточуючих, до інтитуцій)?

Експерт: *Може впливати. І висока довіра може бути фактором активної позиції, що я бачу, наприклад, що Національний банк проводить супер круту політику чогось і я хочу, щоб всі про це знали, я активний блогер, який розказує про те, як класно такі практики втілювати в життя. Навела приклад максимально відірваний від реальності. Може бути навпаки недовіра: «що вони всі брешуть, а я зараз розкажу правду», і це може бути як виявлення корупції, наприклад, коли справді є факт брехні і може бути прояв деструктивної активної поведінки як з цим рухом антивакцинаторів. Фактор недовіри я не думаю, що понижує активність, він може бути навпаки рушієм. В той же час, недовіра типу «ой та ніде нема правди» теж може бути фактором пасивної поведінки, оскільки людина не хоче розбиратися і не розуміє свого впливу на ситуацію, відповідно не бере активної участі в тому всьому.*

Інтерв'юер: А якщо говорити про патріотизм. Як він може впливати на СППП?

Експерт: *Я думаю, що більше впливає, ніж не впливає, але це не обов'язково впливає. Тобто люди з патріотичною позицією напевне більше проактивні, але це можу бути так, що я патріот в душі і я лайкаю все, що мені подобається і все, що відповідає моїм поглядам. Більшою мірою так, ніж ні.*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів можуть спричинити прояв пасивної СППП?

Експерт: *(Замислилась) Певна апатичність, небажання змінювати щось і в своєму житті, і довкола, і в дворі, країні і так далі. В той же час – це може бути така закритість, недовіра технологіям і це не обов'язково через незнання того як це працює, а навпаки через те, що людина чудово знає як це працює. Наприклад, люди, які працюють в технологічних компаніях, які працюють з алгоритмами, то вони мінімально активні в соціальних мережах, бо вони знають як збираються дані, просто не хочуть ними ділитися.*

Байдужість я включала в цю апатичність, коли людина не бачить перспективи в тому, що щось може помінятися і це стосується особистого простору, і того що «ой та з тими сусідами домовлятися то така складна справа». Така зневіра в те, що одна людина може на щось впливати.

Інтерв'юер: Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СППП? Які є типи цих ресурсів?

Експерт: *Передовсім мати техніку, тобто доступ до інтернету, смартфон чи комп'ютер. Наскільки я знаю у нас є досі населені пункти, куди*

не проведений інтернет. Це перше. Друге – це соціальний капітал певний, тому що якщо у мене немає якихось друзів, якщо їх немає в соцмережі, то мені немає сенсу туди занурюватися. Третє – це освіченість чи освіта, тобто інтелектуальні ресурси, які дуже сильно впливають на те, які людина має знання і як вона ними розпоряджається. І особистісні риси, на зразок харизми, особиста мотивація, прагнення особистих цілей – це теж дуже впливає на те, як людина поводиться в інтернеті.

Інтерв'юер: Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?

Експерт: *Перший і останній мені здається. Перший, тому що без наявності технічної можливості все це втрачає сенс. Останнє – це про особисті риси, тому що це дуже залежить від того як людина позиціонується, наскільки вона там є лідером чи як вона себе проявляє, яку позицію займає.*

Інтерв'юер: Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СППП ?

Експерт: *Більшою мірою впливає, ніж не впливає. Думаю, тому що, знову ж таки, від того які я маю технічні можливості для того щоб виходити в інтернет, стабільність цього зв'язку, наскільки я можу оплатити регулярний доступ до інтернету і якою я можу володіти технікою. Чи я все роблю зі свого смартфона тільки, якщо я взагалі маю можливість собі його купити, я чи я маю персонально обладнану студію з мікрофонами, світлом професійним і так далі – це дуже впливає на якість контенту, хоча це не визначальним, але важливою складовою, для того щоби починати щось робити в інтернеті. Ну і дохід впливає на можливість розширювати горизонти, хоча це не завжди корелюється на пряму, не завжди людина, яка має високий дохід, подорожує світом, читає багато книжок, спілкується з великою кількістю людей, але все-одно її горизонти трошки вищі, вірніше ширші, вона якимось чином взаємодіє з більшою кількістю людей, може дізнатися про більше практик і це впливає на активність, на вироблення позицій, і потреби взагалі навіть вести якусь комунікацію.*

Щодо походження, то мені здається зараз це впливає меншою мірою, тільки якщо ви живете в селі, в якому взагалі немає доступу до інтернету. Є багато прикладів, коли якісь суперактивні блогери – це люди з маленьких населених пунктів. Культурні особливості регіону теж звичайно можуть впливати, але в нас в Україні вони плюс-мінус однакові, не мають різких відмінностей.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Статус дуже впливає. Якщо людина є керівником компанії, установи, країни, то у на неї уже створюється певний суспільний тиск, вона має бути більш публічно активною, до неї виникає більше питань, до неї більше інтересу. Незалежно від того чи людина хоче вести більш активний спосіб життя чи ні, але її вже підштовхують, до неї є певні очікування.*

Власник великого бізнесу, чи людина яка просуває свої інтереси бізнесові чи політичні, комунікація, кількість аудиторії чи величина цієї аудиторії дуже впливає на швидкість досягнення цих цілей. Звичайно, так само буде дуже підсилювати мотивацію, щось робити активніше, тримати зв'язок з аудиторією, нарощувати її і це вже буде проактивна позиція. Тобто чим людина публічніша, чим більший до неї інтерес суспільства, незалежно від того, чи це політика, бізнес, література, культура, чи якась зірка тощо, то вона однозначно уже буде більш соціально активна. Це може змушувати людину вибирати більше платформ, вести не тільки особистий блог, але й заходити на різні платформи і всіма можливими способами розширювати аудиторію.

Які статуси можуть сприяти активній позиції? Мені здається частково відповіла – це якась лідерська позиція в компанії, організації, бізнесі тощо. Або коли людина починає вести особистий блог, а потім бачить типу «о, до мене вже більше уваги, в мене вже є якесь живе спілкування з аудиторією» і вона вже бачить себе такою знаменитістю певного масштабу і відчуває потребу в активнішому спілкуванні з аудиторією, відповідати на запитання, щось про себе розказувати, ділитися своїми поглядами на життя і так далі.

Щодо слактивізму, то це більше напевне про таку масову частину користувачів, які не мають чітко виражених лідерських регалій, скажімо так. Задатки вони можуть мати, але коли вони не мають якоїсь посади чи якогось формального статусу, який би їх ставив у лідерську позицію, то це може бути слактивізм.

Важливий момент про студентство. Чим активніше вони долучаються до волонтерства, можливо веде якусь свою діяльність, має хобі чи долучається до якоїсь публічності, має свій гурт, виступає, демонструє свої різні таланти. Якщо вона (людина – Р.М.) знаходиться на якійсь сцені, тоді вона і активніше долучається й до інтернет-життя. Якщо вона відчуває себе менш помітною, відчуває, що до її особистості менше уваги, то вона напевне і пасивніше поводиться.

<u>Інтерв'юер</u>: Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

<u>Експерт</u>: *Це напевне всі ті статуси, які можуть визначатися кількістю підписників. Все, що міряється цифрами: скільки на тебе людей підписано, скільки в тебе зібрано реакцій. Мені здається, що коли навіть дитина збирає неймовірну за власною шкалою кількість лайків, коментарів, підписок і так далі, то це впливає на її подальшу соціально-політичну активність. Якщо людина робить щось для 4 підписників, то вона менш активно себе поводить. Якщо вона бачить, що аудиторія росте, бачить інтерес, що проявляється безпосередньо в цифрах.*

<u>Інтерв'юер</u>: Яку роль у здійсненні користувачами СППП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова?

Експерт: *Загальна освіта впливає на загалом розуміння як взаємодіяти зі світом, які можливості в мене є, що є добре, що є погано, ну і в принципі на кого я підписуюсь: чи я стежу суто за рецептами в інстаграмі, що може бути для людини важливо, або я вже підписуюсь на відомих політиків чи інтелектуалів, які щось розказують. Освіта впливає на фільтрування інформації, на вибір того, на що ми звертаємо увагу, ну і на тему, хоча на неї може впливати і просто інтерес. Громадянська освіта впливає отут найбільше на активність, тому що чим менше люди обізнані в своїх правах, можливостях про свою громадянську відповідальність, про їхню залученість в суспільно-політичне життя країни, тим пасивнішими вони є, тим менше вони можуть декларувати. Цифрова освіта як я казала може зіграти в дві сторони: високий рівень цифрової освіти з одного боку може навпаки допомагати активніше просувати контент, активніше застосовувати якісь технології (в позитивному і негативному сенсі), для того, щоб маніпулювати, для того, щоб краще вписуватися в ритми, щоб оптимізувати SEO і так далі, для того, щоб аналізувати відгуки від аудиторії, а з іншого боку, знання про те куди йдуть ці дані, як вони опрацьовуються, як формується стрічка новин з врахуванням всіх цих даних, які я залишаю як плату за безкоштовний інтернет, можуть навпаки стимулювати людину мінімізувати свою активність в інтернеті.*

Інтерв'юер: Яким, на Вашу думку, є рівень громадянської та цифрової освіченості сучасної української молоді, зокрема студентства? Чому саме такий рівень?

Експерт: *Вони є досить лояльні до інтернет активності, тобто важко зустріти студента чи студентку, які не мають свого акаунта в жодній з соціальних мереж. Для них це обов'язковий атрибут сучасного життя. В той же час, рівень медіаграмотності, те, що стосується підбору інформації, тобто вони можуть бути більш обізнані в технології, знати як просувається контент, але гірше обізнані в маніпулятивних практиках і в тому як фільтрувати інформацію і убезпечити себе від негативних негативних впливів. Що стосується громадянської освіченості, залежить від того, який контингент університету і від віку студентів, але дуже часто всі вважають, що політика – це щось погане, це щось не цікаве і не розуміють, що політика – це не тільки те, що показують з телевізора Зеленський, а політика – це те, що я вийду і приберу у себе в дворі. Рівень громадянської освіти впливає на те, що люди інакше підбирають теми і, можливо пасивніше поводяться і не розуміють, що вони реально можуть на щось впливати.*

Інтерв'юер: А чому студентство цього не розуміє?

Експерт: *Частково через те, що наша політика більше схожа на шоу-бізнес і вона демотивує, оскільки тут дуже незрозумілі правила, які непрозорі і часто це здається чимось складним. Це як математика, коли люди думають, що це якісь складні формули, в яких дуже довго треба розбиратися і це в житті не знадобиться. Коли приходить класний викладач і тобі все пояснює на дуже практичних речах і ти розумієш, що математика в тебе повсюди і ти починаєш на неї дивитися з інтересом і зовсім інакше сприймати. Тут*

питання до освіти загалом, які є предмети, на яких діти вчаться, що таке відповідальність, де ми можемо її проявляти, як ми ставимося до свого оточення, до своєї родини, де ми можемо проявляти цю громадянську позицію, проявляти власне лідерство. Закінчиючи тим, що те, що бачить на екрані слово «політика» воно не виглядає як те, що воно цікаве молоді насправді.

Інтерв'юер: Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СППП?

Експерт: *Якщо говорити про студентів, то величезну роль відіграє, тому що вони дуже орієнтовані на думку однолітків, вірніше дуже залежні від думки однолітків і від того, який контент вони роблять, і дуже сильно залежить, те, що про них скажуть після цього. Які культурні особливості, що модно в їхньому середовищі, за ким стежити, кого читати, про кого щось там знати і так далі. Середовище фактично, мені здається, на студентів, на молодих людей тисне набагато більше ніж на інші групи, якщо не брати школярів, звичайно, бо там приблизно така сама може бути штука.*

Інтерв'юер: Які саме середовища мають значення для реалізації користувачами СППП?

Експерт: *Віртуальне середовище – друзі, підписники і кумири, на яких людина підписана, дуже сильно визначають цю аудиторію, навіть більшою мірою ніж офлайнове середовище спілкування. Залежно від частоти спілкування, тут можна і офлайнове середовище ділити на родину, яка меншою мірою впливає на студентів в плані того як вони поводяться в соціальних мережах, звичайно якщо не забирають телефон на кілька годин в день. Одногрупники, однолітки – середовище, з яким людина спілкується частіше і від цієї думки залежить, бо це визначає соціальний статус в цій групці: чи крутий, чи ні, чи його схвалюють, чи не схвалюють. Це впливає більшою мірою. Тобто на першому місці все-таки цифрове середовище – це підписники і залежність від їхньої думки чи несхвалення, потім – офлайнове середовище найближче, а потім всі решту офланові середовища, які безпосередньо не впливають на активність в інтернеті.*

Інтерв'юер: Які, з Вашої точки зору, форми СППП буде демонструвати користувач, який є членом або є долученим до діяльності політичної партії і/або ГО?

Експерт: *Думаю, що вищу, однозначно. Людина, яка вже входить до якоїсь організації, навіть якщо це просто людина поставила підпис, що є членом цієї партії і не проявляє суперактивної позиції, але все-одно її соціально-політична активність в інтернеті буде вище, ніж в людини яка взагалі не долучається до партій, не знають які вони і як влаштована політична система в Україні. Членство в будь-яких організаціях підвищує активність і рівень активності в цій організації – чи я є головою організації, чи активним волонтером, підвищує активність в інтернеті. Людина яка цим займається, вона хоче про це розповідати, залучати більше людей до цієї діяльності. Чим активніша людина там, тим активніша вона в інтернеті. Також буде різнитися рівень активності в інтернеті, якщо рівень*

активності безпосередньо в партії буде різнитися. Та людина, яка просто підписалась на членство в партії, може якраз просто лайкати пости, не намагатися когось в чомусь переконати. Це такі слактивісти.

Інтерв'юер: Яке значення для проявів СППП має приналежність користувача до університетського самоврядування?

Експерт: *Ототожнюю це з попереднім питанням, бо університетське самоврядування – це політично-громадянська активність студента. Якщо людина бере на себе відповідальність, проявляє лідерство, то вона буде активніша і в інтернеті.*

Інтерв'юер: Яким чином на реалізацію СППП впливає приналежність користувачів до різних соціальних мереж/платформ/сайтів?

Експерт: *Не впевнена, що це якось напряму впливає на рівень активності, тому що людина може бути підписана на десять різних соцмереж і не користуватися жодною. Зареєструватися, тому що так модно, або зареєструватися, бо там є якісь далекі родичі, з якими це єдиний спосіб комунікації. Мені здається, що більш активними є ті, хто мають вибрані соцмережі, ті хто розуміє для чого їм це. От, наприклад, є людина, яка веде тільки інстаграм, бо ця соцмережа відповідає її цілям і там вона може бути активнішою ніж розпорошувати свою діяльність на три різні соцмережі. І коли ти організація і в тебе кожна людина відповідає за різні платформи, то це одна справа, а коли ти одна людина, яка намагається встигнути всюди, то це от якраз розмазує зусилля та ефективність роботи. Може суто математично аудиторія в тебе і більша, але навряд чи це якось дуже підвищує активність і вплив.*

Інтерв'юер: Які основні проблеми пов'язані з СППП існують зараз в українському суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати?

Експерт: *Перше, що я б виділяла – це суспільно-політичну чи громадянську відстороненість молоді. Я завжди згадую мем про винахідника інтернету, де з одного боку зображено: «О, нарешті ми отримаємо доступ до усіх знань, будемо читати книжку з усього світу, зможемо спілкуватися з людьми на іншій частині планети», а з другого боку – ми листаємо котиків. Тобто, маючи величезні можливості для отримання освіти, для розширення свого кругозору, студенти приділяють дуже багато часу якимсь дуже несуттєвим речам, які їм здаються важливими, але вони не дуже впливають на суспільство, на прогресивні речі. Друге – це засилля хейту і деструктивної інтернет-поведінки. Люди не вміють просто висловлювати свої думки, навіть якщо вони коректні, цікаві, важливі, не вміють вести дискусії і не завжди розуміють як поводитися з людьми, які думають інакше. Тобто культура спілкування в онлайн-середовищі. Ну і ясно, що це ми і в офлайновому середовищі ми це спостерігаємо, але те, що відбувається в онлайні підсилюється за рахунок анонімності, за рахунок фізичної неможливості отримати фізичну шкоду під час своїх висловлювань. Це дуже впливає на те, як люди спілкуються в мережі. І питання цифрової безпеки, цієї необізнаності, які дані я віддаю, як працюють алгоритми, як не попастися на*

шахраїв і закінчуючи елементами цифрового насильства, поширення фотографій, коли тебе змушують до чогось, що ти не хочеш робити, тобто і безпека психологічна.

Як їх можна врегулювати? Передовсім великою мірою через освіту, це довгий шлях, але напевне єдиний можливий. Це як з сексуальною освітою, в залежності від рівня спроможності людини сприймати цю інформацію, тобто подаємо її в різних форматах. Тобто з пелюшок дітей вчать медіаграмотності, безпеці у цифровому світі. Популяризація різних психологічних практик мені теж здається тут важливою. Я маю на увазі, що не обов'язково всіх до психолога.

Інтерв'юер: Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?

Експерт: *Проводити якісь майстер-класи можливо. Не обов'язково, що в студентів, наприклад урок цифрових технологій, і там вони роблять контент. Інтеграція в освітній процес технологій, і не важливо чи це історія, чи українська мова, література. Також поширювати якийсь якісний контент українською мовою. Наприклад, викладачка давала завдання зняти якесь відео, яке б розповідало б про правило української мови. Виконуючи завдання студенти водночас створюють контент. Виконати погано вони його не можуть, бо буде соромно перед підписниками і вони паралельно вчаться як реагувати на реакції в соцмережах, як його технічно виготовляти. В процесі таких практичних завдань створюють контент і вчаться як це робити якісніше, грамотніше, безпечніше для себе. І звичайно тут ідеться про цифрову грамотність викладачів, тому що і в школах, і в університетах дуже багато викладачів, які уникають застосування цифрових технологій, самі недостатньо в цьому розуміються. Правда самі студенти можуть навіть молодим викладачам самі давати уже якісь майстер-класи як створювати цей контент.*

Інтерв'юер: На цьому все. Дякую Вам за відповіді!

Транскрипт інтерв'ю №4

Код інтерв'ю:
№4-м. Львів-29 р-жінка-науковець/викладач

Дата проведення інтерв'ю: 17 грудня 2021 р.

Місце проведення: Україна, м. Львів.

Тривалість інтерв'ю: 1 година 9 хвилин.

Форма проведення інтерв'ю: дистанційна.

Мова інтерв'ю: українська.

Інтерв'юер: Мишок Р. Р., аспірантка кафедри СР, ІГСН, НУ «ЛП».

Особа експерта: кандидатка технічних наук, асистентка кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Інституту гуманітарних та соціальних наук Національного університету «Львівська політехніка». Захистила дисертацію на тему «Математичне та програмне забезпечення організації життєвого циклу віртуальних спільнот». Експертка досліджує організацію життєвого циклу віртуальних спільнот, управління проектами, соціальні комунікації у глобальній системі World Wide Web. Дисципліни, які викладає: офісні комп'ютерні мережі, теоретичні основи інформаційної діяльності, соціальні комунікації в мережі Інтернет, організаційне забезпечення проектної діяльності

Обставини інтерв'ю: наявність інформації на офіційній сторінці сайту НУ «ЛП» дозволило ознайомитися з професійною діяльністю та науковими інтересами експертки. Внутрішня корпоративна комунікація університету спростила можливість організації інтерв'ю. Експертка без жодних проблем погодилась на інтерв'ю, яке проводилось на платформі ZOOM. Експертка на час інтерв’ю вдома.

Загальні враження від інтерв'ю: Бар'єрів під час комунікації не виникало, за вийнятком опосередкованого спілкування. Труднощів технічного характеру не спостерігалося. Спілкування було відкрите, експертка відповідала охоче. Експертка не відходила від теми, відповідала чітко, лаконічно та вичерпно. В деяких відповідях прослідковувалась повторюваність інформації.

ІНТЕРВ'Ю

Інтерв'юер: Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?

Експерт: *Не можу сказати з точки зору психології, але можу сказати які є користувачі – є пасивні і активні користувачі. Якщо говорити про соцмережі і віртуальні спільноти (те що я досліджувала), я розділяла користувачів на те, що вони є залучені в спільноті, але вони є активні тоді, коли вони щось коментують, поширюють, лайкають і неактивні, коли вони взагалі нічого не роблять, щось для себе почитають, ніби є задіяні в тій тематиці, але вони не показують своєї приналежності до тої чи іншої спільноти. Вони на такому собі «тихому полюванні» за інформацією або взагалі хтось їх попросив доєднатися до цієї спільноти і вони там суто для кількості учасників. Якщо говорити про критерії для типології, можу назвати тоді активних і неактивних користувачі.*

Інтерв'юер: Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?

Експерт: *Гм…Напевне те, що би всі інтернет-користувачі були соціально та політично свідомі і якщо вони не компетентні в тому чи іншому питання, то щоб вони не засмічували, скажемо так, ефірний час, щоб їхні всякі дописи і коментарі були стилістично грамотні і щоб не виникало якихось булінгів між учасниками, особливо під дописами, тому що, хтось може висловити свою думку, а знайдуться десять, які будуть просто булити і вести до чогось іншого.*

Інтерв'юер: Які, на Вашу думку, інтернет-практики користувачів можна віднести до активної СППП? Чому саме ?

Експерт: *Це напевне якщо користувач на багатьох ресурсах є активним в тій чи іншій тематиці, я так розумію. Також напевне те, що він (користувач) задіяний майже у всіх середовищах інтернету, тобто він є не лише в одній соціальній мережі – у фейсбуці чи інстаграмі, а є повсюди. Як ми бачимо зараз молодь в ТікТоці та Інстаграмі, старші люди в більшій мірі в Фейсбуці. Також він буде активним користувачем, коли буде відвідувати гостьові чати на якихось інтернет-ресурсах, видань, засобах масової інформації і після того, після якоїсь певної новини, може коментувати, доносити свою позицію, думку. Якщо цей користувач, як то кажуть, його є всюди повно, у всіх пабліках, на всіх засобах масової інформації, на всіх ресурсах щось коментує і дописує тому він напевне є дуже активний. А якщо він задіяний лише в одній соціальній мережі, то ми не можемо сказати, що він активний, тому що він не бачить і не чує думку інших користувачів з інших соціальних мереж, і все ж таки з інших вікових категорій, тому що не вся молодь сидить на пабліках засобів масової інформації і не всі старші люди сидять в новітніх спільнотах.*

Інтерв'юер: Тобто користувача, який взаємодіє з сайтом інтернет-видання, Ви називаєте активним?

Експерт: *Я думаю, що так. От навіть якщо подивитися на ту ж «Українську правду». В них на сайті, крім блогів, є ще й можливість писати*

коментарі під якоюсь новиною. Там явно відрізняються коментарі від того, що ми можемо прочитати в соціальній мережі під тою новиною. Також можна прочитати багато різних думок. Там все ж таки сидить інша вікова категорія. На прикладі свого батька скажу, що він не є зареєстрований в ніякій соціальній мережі, але любить, тим не менше, почитати «Українську правду» і коментарі, що пишуть під новинами, особливо якщо це стосується якоїсь політичної чи економічної теми.

Інтерв'юер: Що, у Вашому розумінні, означає бути пасивним в сенсі проявів СППП?

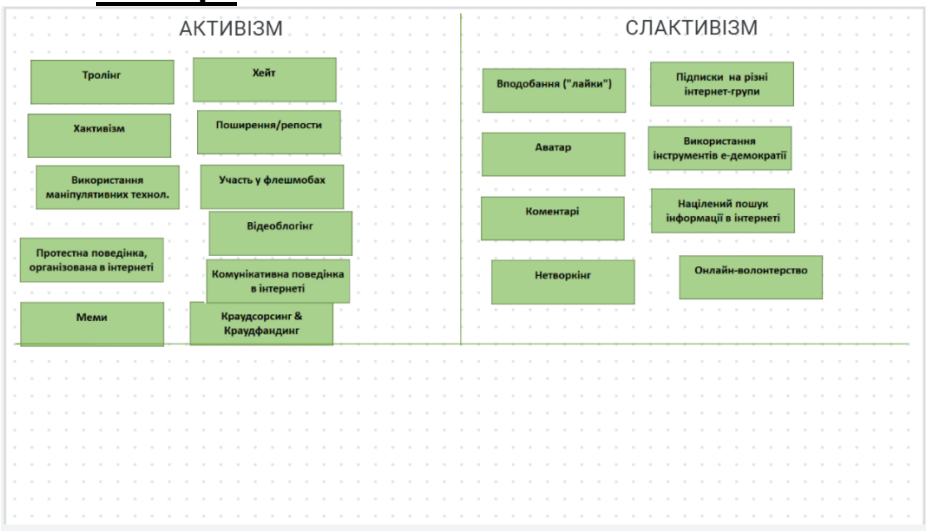
Експерт: *Це тоді, коли користувач взагалі не буде задіяний в коментуванні чи в лайках, поширені, тому що ми знаємо алгоритми соціальних мереж – якщо ти не лайкаєш і не поширюєш то новина є непопулярною, відповідно потім і тобі не показує дописи того чи іншого користувача, на якого ти не звертаєш увагу. Тому якщо ти хочеш бути в курсі всіх подій тої чи іншої предметної області, яку ти собі обрав, то ти повинен бути всюди активним, навіть поширювати, об твої колеги також читали ту чи іншу інформацію. Людина яка пасивна, але начиталась інформації з інтернету, можливо при зустрічі може бути активна, бо вона буде володіти інформацією не гірше за того активного користувача. Але якщо говорити уже за інтернет-середовище, він там є пасивним, бо він там не висловлює своєї думки, не влазить ні в які дискусії.*

Інтерв'юер: Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?

Експерт: *Це поняття, для мене, схоже на те, коли ми порівнюємо інтровертів і екстравертів – все ж таки ми можемо визначити якусь серединку. Та золота серединка, не знаю можливо тут користувач тоді буде, не знаю, лайкати дописи. Користувач вибере собі серединку, тоді, коли він не хоче висловлювати свою думку і він лайкне і підтримає думку іншого.*

Інтерв'юер: Спробуйте класифікувати запропоновані форми СППП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СППП Ви могли би додати до запропонованих.

Експерт:



Інтерв'юер: На Вашу думку, яка СППП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства?

Експерт: *Думаю, що тут, якщо говорити про студентів, то все залежить від того яка в них активність і в реальному житті. Хто вони інтроверти чи екстраверти. Якщо говорити про організації подій, то зрозуміло, що пасивний користувач чи слактивіст цього не зробить, бо він буде боятись думки інших людей, це буде якось не для нього. Він для себе визначив, що буде тихенько підписуватись на якісь пабліки, щоб не було зазначено що це він, буде лайкати і коментувати, але він не буде поширювати, щоб хтось не бачив з його друзів, з його кола оточення його думки, можливо не всі розділяють його якогось захоплення якоюсь політичною силою і так далі. Він буде висловлювати цю думку лише в спільноті, а для себе на сторінку не буде цього поширювати.*

Якщо говорити про мій вік і коли я була студенткою, я ми тоді реагували на політику і різні політичні «завірюшки», то ми були активні, як на мене. Навіть тоді інтернет ще не був настільки розвиненим, проте, пам'ятаю, вконтакті, в соцмережі, там уже були створені пабліки соціально-політичні і політичних різних груп і молодь була активна. Якщо говорити зараз про тих студентів, з якими я зараз стикаюсь навіть 1, 2, 3 курс, то я не скажу, що вони є взагалі якісь політично свідомі. Якщо говорити з ними про політику чи про вакцинацію, чи про щось таке, вони є якісь або політично заангажовані батьківськими думками чи думками інших колег, з якими вони проводять час. Вони все-одно не є активними. Якщо говорити про нас, коли наш вік активно зібрався, всі пішли активно на майдан, поширювали, збирали, через інтернет була якась активність, то чи зробить це зараз ця молодь? Не знаю. Особливо враховуючи 2 роки дистанційного навчання, коли вони спілкуються навіть не в загальних пабліках, а в телеграмах, своїх групках, чатиках лише між собою, то які вони будуть активні не знаю. Сучасна молодь більше націлена на розважальний контент, ніж на суспільно-політичний.

Інтерв'юер: Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СППП?

Експерт: *Підтримка чи не підтримка якоїсь соціально-політичної діяльності чи групи, політичної партії чи громадської організації. Якщо людина не є політично чи соціально активна, то вона нічого не буде робити, щоб якось впливати на цю реалізацію. Якщо людина підтримує якісь громадські організації, яких є зараз дуже багато, щодо волонтерства, якщо вона задіяна в тому, то вона то буде підтримувати, поширювати. Якщо їй в голові тільки фільми, ТікТок, то її складно переконати, і чи вартує взагалі витрачати на то час. Якщо людина задіяна поза межами інтернету, то і в інтернеті вона буде активна в цій сфері.*

Інтерв'юер: Якими диспозиціями (особистісними рисами) має володіти користувач для реалізації активної СППП?

Експерт: *Екстраверти будуть звісно проявляти більш активну поведінку, бо їм легше виступати на публіку, їм легше давати інтерв'ю під час якоїсь акції, легше організувати цю акцію. Інтроверт може прийти так для масовочки, він не піде давати ніяке інтерв'ю, він не буде кричати слоган чи підбурювати ще людей. Тобто це має робити людина більш комунікабельна, з досвідом до підбурювання, активіст ще з садка, як то кажуть (сміється).*

Інтерв'юер: Ці риси, які ви назвали, мають чітке психологічне спрямування. А як щодо таких рис, які мають більш суспільний ухил, такі як патріотизм, відчуття громадянського обов'язку і тому подібне?

Експерт: *Думаю, що впливатимуть, тому що не патріот не буде писати якихсь схвальних постів за Україну. От тоді, коли було Євро, ішлося за форму українську, ця історія з написом «Слава Україні». Окей це добре. Але ми бачили, що виступали на підтримку саме патріоти, свідомо активні, можна навіть сказати, що писала більше Західна Україні, ніж Східна.*

Інтерв'юер: Як буде рівень довіри впливати?

Експерт: *Якщо людина довіряє в реальному житті і її не переконаєш в іншій точці зору, то вона і в інтернеті буде йти за тим чи іншим лідером. Хіба щось має змінити її точку зору, щоб її довіра переключилась на когось іншого чи людина якось зневірилась. Якщо говорити до довіру до інституцій, то тут все залежить від психологічних станів.*

Інтерв'юер: Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СППП?

Експерт: *Це напевне те, що ми говорили – він є патріотом, громадянин своєї держави і він повинен відстоювати конституційні засади. Незнання законів не звільняє тебе від відповідальності, тобто він хоч трішки має орієнтуватися в положеннях Конституції України.*

Інтерв'юер: На Вашу думку, яким є рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СППП?

Експерт: *Думаю, він має бути заангажованим патріотом або бути дійсно прихильником певної організації, за яку він буде активно висловлюватися в інтернеті. Або прихильником політичної партії бути і вже з огляду на те, як позиціонує себе та партія то він повинен бути активним, поширювати все і доносити певну інформацію для людей. Або ще можна виділити такий рівень вмотивованості – у нас є проплачені боти, це в негативному плані, але це люди, які отримають за це кошти. Це можуть бути як просто винагорода або вже вмотивована дія користувача. Як на мітингах – це можуть бути проплачені люди, так це можуть бути і проплачені користувачі.*

Інтерв'юер: А коли ми говоримо про звичайного студента, не учасника якоїсь організації, й такого, що не працює на ботофермах, то такий користувач може проявляти активність?

Експерт: *Я думаю, що може якщо в нього є правильне виховання з певними цінностями і він за них буде стояти горою. Якщо говорити за Львів, то в нас прийнято, що це людина з християнськими цінностями, світоглядом на якусь певну політичну думку, він свідомий того, що не личить щоб об тебе*

витирали ноги люди, тоді він буде вмотивований. До речі, навіть якщо це слактивний користувач, йому рано чи пізно накипить і він все-таки висловить свою думку з того чи іншого питання. Тут ще напевне рівень виховання, інтелигентності, ерудованості.

Рівень вмотивованості активіста і слактивіста думаю буде різнитися, бо ми якраз говорили, що слактивний не буде створювати якісь там зустрічі чи писати дописи до підбурення, чи когось булити чи хейтити. Він просто може лайкнути коментар, який йому буде ближчий до душі, але він не буде хейтити когось іншого за протилежну думку.

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів детермінують прояв слактивізму?

Експерт: *Слактивістом може бути і інтроверт. Як на мене всі екстраверти підуть до активних користувачів. Інтроверти ж будуть або пасивні, або трішки проявляти себе до слактивізму. Або це також і те, про що ми говорили, він не є задіяний в якихось організаціях, але в нього є певне виховання і він схоче висловити свою думку.*

Інтерв'юер: Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СППП? Які є типи цих ресурсів?

Експерт: *Будь-яким соціальним середовищем інтернету, соціальною мережею чи мобільним додатком, чи якимось клауд-месенджером. Тобто якщо хоча б щось брати, то він має бути зареєстрований хоча б в одній мережі або відвідувати хоча б один інтернет-ресурс засобів масової інформації.*

Більшість свідомих користувачів зараз уже мають вихід в інтернет і той чи інший мобільний пристрій. Проблеми лише можливо в старшого населення в сільських місцевостях. Так чи інакше в них є напевне якісь внуки, діти, які доносять до них ту чи іншу інформацію. Якщо говорити про застосунок «Дія» і про сертифікати, старша людина має звичайний телефон, яким вона користується аби телефонувати, бо вона це вміє на ньому робити, і ще один телефон, бо в неї там застосунок «Дія» з сертифікатом. Мобільні телефони з виходом в інтернет зараз має більшість населення або планшети, комп'ютери. З цим проблем не має.

Якщо говорити про молодше студентство, то вони ще всі неповнолітні і їх забезпечують батьки. Батьки несуть відповідальність за те, щоб їхні діти мали можливість виконувати якесь завдання. Більшість хто приїжджає на перший курс, я це бачу по своїх студентах, то вони на перші заняття приходять лише з мобільними телефонами, а вже далі через два три тижні з'являються ноутбуки і вони мають можливості доступу до інтернету. Також якщо говорити про студентство то вони мають доступ до інтернету і через університет, в студентських бібліотеках, на кафедрах, це є вільний доступ, де не забороняється студенту просто прийти і зробити лабораторні в аудиторії чи скористуватися інтернетом. Тобто для них це не мало бути якоюсь проблемою.

Інтерв'юер: Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?

Експерт: *Напевне смартфон, бо ми там можемо все поєднувати – і телефонні розмови, і інтернет-комунікацію. Якщо говорити про якісь соціальні ресурси, коли студенти задіяні в профкомах, що є свого роду теж суспільно-політичною діяльністю. Це також є важливим, тому що вони пропагують своїм іншим колегам якусь певну інформацію. За мого студентства були популярні організації при якихось партіях, була «Студентська Свобода», «Студентська Батьківщина». З початкових років більшість людей туди вступало, я також була учасником такої студентської політичної партії і ми на різних заходах з ними перетинались, трішки різні віросповідання мали щодо політики, але тим не менше на майдані, чи на якихось поїздках в Крути, Канів ми бачилися і, якщо говорити про українські цінності і традиції, то в нас були погляди однакові. Зараз мабуть також є схожі студентські організації.*

Інтерв'юер: Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СППП ?

Експерт: *Як на мене тут не прослідковується залежності для інтернет-поведінки, бо, як я вже й казала, в університеті всі мають доступ до інтернету і там здійснювати якусь поведінку. Якщо ми говоримо про те, що треба відвідати мітинг або якщо ти в організації, то вносити якісь членські внески, то зрозуміло, що людина з меншим доходом цього не зможе зробити. Відповідно вона не зможе бути офлайн в тому чи іншому колі. Дуже часто може бути закрита спільнота і також потрібно платити членські внески для того, щоб там бути і якщо в тебе не буде підтримки, наприклад, батьківської для студента, то дохід таки тоді має значення.*

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Тут напевне треба говорити про лідера думки. Якщо він є і в звичайному житті лідером думки, якщо це староста, якого всі поважають, чи просто студент, який є активним, всі за ним йдуть, то він зможе впливати і в інтернеті на них. Якщо він напише якийсь допис, то всі захочуть підтримати його свідомо чи несвідомо. Ми це бачимо часто на прикладі блогерів, як їх всі підтримують чи хейтять. Те саме буде якщо він є лідером думки в певному колі, то його підтримають в інтернеті. Думаю одиниці виступлять на його підтримку в реальному житті. Чи навпаки будуть відкрито проти нього в реальному житті, натомість в інтернеті активно підтримувати. Це вже можуть бути якісь перебіжки з партії в партію називається (жартує). Тобто статус є важливий в реальному житті.*

Якщо ми говоримо про статус керівника, то поки людина займатиме її то це буде важливо. Коли людина піде з посади, то люди уже не будуть на нього так реагувати. Дуже рідко, що коли ти керівник до тебе йдуть як до людини, а не як до керівника. Всі йдуть до твого статусу. Навіть, наприклад, з привітання до дня народження. Всі тебе вітають коли ти керівник, а коли ти стаєш на нижчій посаді уже не всі вітають. Люди раніше знали, що в тебе

є статус і можливо ти пригодишся їм в майбутньому. Якщо ти маєш статус то тебе і в інтернеті будуть підтримувати.

Інтерв'юер: Випливає ще одне питання: яка поведінка буде в користувача, який помалу втрачає підтримку в інтернеті?

Експерт: *Якщо він є свідомим і твердо стояти на своїй думці, то для нього зменшення підтримки не буде важливим. Він хоче показати світові, що він є лідером думки в тому напрямку і він її змінювати не буде. Дуже класно, коли вони всі стоять на своєму. Навіть зміна влади їм не міняє позиції. Таких людей треба поважати, бо він відсіяв тих, хто йому непотрібен, тих хто дійсно був біля нього тільки через його статус.*

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Блогер і лідер думок – це дві різні категорії. Хоча чомусь їх завжди об'єдную. Бути блогером не означає, що потрібно до тебе прислухатися. От в тебе мільйон підписників, тому як ти сказав так і треба робити. Лідер думки може мати набагато менше користувачів. Просто він буде мати своїх прихильників з того чи іншого кола.*

Я думаю, що реальний статус буде важливіший за віртуальний. Всі ми знаємо, що підписників можна собі нагнати.

Інтерв'юер: Яку роль у реалізації користувачами СППП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова?

Експерт: *О, я думаю, що велику роль відіграє. Якщо говори про цифрову, то ми повинні бути трішки інформаційно грамотні. Перший рік студентства показує, що студенти грамотні лише в соцмережах і то не у всіх. Але так чи інакше, я так думаю, їм треба орієнтуватися у більшості засобах масової інформації, в більшості соціальних мереж, знати основи, алгоритми тих чи інших соцмереж. Навіть якщо говорити про звичайну інформаційну грамотність щодо користування інтернет-ресурсами, користування банально навіть пакетом Microsoft Office думаю зараз є дуже важливим для студентів. Загальна освіта для того, щоб вони були розвинені, це також відіграє велику роль, коли начитаний користувач буде змінювати думку щодо тих чи інших лідерів, бо він зможе розділити де є правильно, а де неправильно в їхній поведінці. Якщо говорити про громадянську – це також важливо, тому що не може бути такого, коли людина не знає хто її міністр в тій чи іншій сфері, хто мер і так далі. Людина має все це знати і бути свідомою.*

Інтерв'юер: Яким, на Вашу думку, є рівень громадянської та цифрової освіченості сучасної української молоді, зокрема студентства? Чому саме такий рівень?

Експерт: *На мою думку рівень трішки зараз впав через дистанційне навчання. Переважно вони проводять час за комп'ютером, що також впливає і на їхню психіку, впливає і на викладачів, коли вони бачать лише картинки і не мають якогось фідбеку від студентів. Цифрова освіченість важлива, але вони переважно уже володіють навичками, наприклад, тою таки «Дією», онлайн платежі. Для них це навіть зручніше користуватися*

платіжними системами в телефоні, на відмінну від старшого покоління, які надають перевагу готівці, стоять в чергах до банкоматів, щоб її зняти, бо банк їх надурить. Якщо говорити про «Президентську 1000» то молоде покоління скорше зоорієнтується і отримають цю тисячу гривень швидше ніж старше покоління. В них високий рівень цифрової освіченості, але не завжди у сфері соціально-політичній, бо вони більше зациклені на соцмережах. Якщо говорити про 1-2 курс – це є розважальна соцмережа ТікТок, яка не несе якогось інтелектуального збагачення. Хоча мене 1 курс переконує, що вони підготувались до ЗНО з англійської через ТікТок. Але коли я випадково зайшла, то там окрім розважальних відео мені більше нічого не підкидувало. Ну, можливо, вони підписані на певні пабліки і їм алгоритм підкидував, може це й добре, але все-одно це не той рівень, який потрібен для інтелектуального розвитку. Як на мене, у фейсбуці можна почитати більше всяких коментарів, різної інформації. Дуже є багато пабліків з книгообміном, де ти можеш зекономити собі кошти і почерпнеш дуже багато корисної інформації. За 1-2 курсом не помічала щось такого. Якщо говорити за 4 курс, то знаю у нас є дівчатка, які ведуть пабліки про книжки.

Стосовно громадянської освіти, то я не знаю що вони зараз там вчать в школах, чи вчать якісь політології, соціології. Якщо говорити про студентство, якщо ти не профільна спеціальність, і ти вивчаєш той чи інший предмет, який би розвивав якусь твою громадянську позицію чи політичну, вивчаєш одним семестром заліковою дисципліною, ти не дуже маєш бажання і час з тим розбиратися. Можливо хтось скаже, що йому того не потрібно, я ж навчаюсь на ІТ-спеціаліста, нащо мені це все знати, але коли приходиться до діла, а ти не знаєш елементарних законів про споживача, до прикладу, чи прав інтелектуальної власності, що також зараз є важливим. Чи навіть взяти ту ж соцмережу, їм треба накласти на відео музику і вони не розуміють, що займаються піратством. Мені здається треба більше їм таких предметів вводити. Рівень громадянської освіченості не зовсім низький, але можливо варто його збільшити. Якщо порівнювати між цифровим і громадянським, то цифровий є вищий.

<u>Інтерв'юер</u>: Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СППП?

<u>Експерт</u>: *Це те, що в них відбувається вдома, в їхній сім'ї. Як сім'я налаштована, як вихована і кому, і чому надає перевагу. Також друзі, коло спілкування друзів. Коло друзів формується також через певні вподобання соціальні, політичні, розважальні. Якщо людина не є прихильником того чи іншого погляду, але вона попала в компанію, де всі лише про це говорять, то вона свідомо буде робити те, що говорять. Якщо вона не є прихильником партії Зеленського, але от всі ідуть голосувати за нього, то вона теж піде і свідомо проголосує. Або й навпаки, якщо скажуть «Ой там нема за кого голосувати, чого ти голосуєш?» і людина уже буде думати, що хтось дізнається про її політичну позицію.*

<u>Інтерв'юер</u>: Яке значення для проявів СППП має приналежність користувача до університетського самоврядування?

Експерт: *Насправді не всі студенти задіяні в університетському самоврядуванні. Якщо говорити про потік, то в профкомі задіяно буквально 2-3 людини і то не завжди. Для прикладу, якщо говорити про наш інститут, то я знаю, що більшість людей там з кафедри політології, бо вони в більшості активісти, вони знають що це таке, що це означає і для чого це потрібно. З нашого 2 курсу з 60-ти людей лише 2 студентки. Це на них може якось і впливає. Вони можуть ходити на всі ті збори виключно для галочки. Людина, яка задіяна офлайн профкомі, буде задіяна і в онлайн профкомі, вона буде виконувати якісь вказівки щодо поширення тої чи іншої інформації, чи щодо залучення студентів до певного заходу, то така людина буде більше залучена. Якщо говорити про звичайного користувача, то він буде переважно просто підписаний на їхню сторінку, або слідкувати за тою чи іншою людиною, яка в університетському самоврядуванні, або захоче її підтримати. Якщо студент взагалі не чув про студентське самоврядування то він і не буде намагатись про це почути. Йому це буде не цікаво. Також слід відзначити, що в нас є дуже багато фейкових сторінок університетського самоврядування. Знаю, що в нас є фейкова сторінка профкому студентів і аспірантів, де дуже часто постять неправдиву інформацію. Це можна було побачити, коли писали, що в другому семестрі не будуть допускати до навчання студентів без вакцинації. Такі фейкові спільноти негативно впливають на думки інших людей і на соціально-політичну інтернет-поведінку. Хоча й не завжди синя галочка (як це є в фейсбуці, позначає офіційну сторінку) є ознакою якісного контенту.*

Інтерв'юер: Які основні проблеми пов'язані з СППП існують зараз в українському суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати?

Експерт: *Потрібно зараз більше висвітлювати інформації про такі поняття як нетворкінг, які є правила нетикету. Якщо навіть не брати до увагу суспільну політичну думку, ми зараз стикаємо з тим, що студенти зараз більш активні в одній мережі, їм легше дістати викладача. Вони не зважають, що робочий час викладача з 9 до 5, для них це є нормою написати викладачу в 11 ночі, що щось йому там не виходить, чи він завтра не прийде на пару. Де банальні прояви етикету просто не турбувати викладача хоча б після 8 (20) години. Це їм треба також пояснювати. Хоча в мене була практика, що я на першій парі студентам розказала, що я на вихідних не відписую, ввечері не відписую. Але всі знають твою корпоративну пошту, в Політехніці її легко знайти, зараз всі сидять в телеграм-каналах і також тебе в телеграмі дістають як би ти там не шифрувався, староста чи хтось інший передасть твою інформацію. Тобі пишуть, а ти не реагуєш, а тоді тобі починають ще більше писати. Треба якось доносити все це до студентства, робити більше вебінарів про правила поведінки в інтернеті.*

Вікова різниця у перебування в соціальних мережах теж може бути проблемою. Молодь сидить в одній соціальній мережі, старші – в іншій, йде якась нестиковка поколінь. Потрібно якось вивести все на один рівень. Потрібно чітко називати, що в ТікТоці, наприклад, переважно розважальний контент, а за правдивою інформацією варто все ж іти на інші платформи.

Інтерв'юер: От ви трішки зачепили питання дезінформації. На вашу думку, хто має займатись регулюванням питання дезінформації – влада, чи це особиста відповідальність кожної людини?

Експерт: *Наскільки я знаю, у нас все-таки є якісь відповідні органи, що займаються цим, навіть в соцмережах. Служба безпеки України працює і на інтернет-теренах, і ЗМІ. Але це і відповідальність кожного особиста, те як людина сприймає інформацію. Якщо людина є освічена і розумна, і компетентна в тому чи іншому питанні, то вона зрозуміє, що тут щось не так з тою інформацією і її варто перевірити ще на якихось каналах, ще десь почитати якусь інформацію, а не свято вірити в те, що написали в жовтій пресі. Це відповідальність і тих, хто пише, і тих, хто сприймає. Неможливо обмежити те, що пишуть в інтернеті. Так, можна поскаржитись на допис, на ютуб-канал, на ще щось, але не завжди це дієво. Може навіть бути таке, що людина пише тільки щось хороше, а їй блокують це. Деколи є явні повідомлення, які варто заблокувати, але їх ніхто не блокує.*

Інтерв'юер: Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?

Експерт: *Якщо говорити про розважальну активність, то вони тут є добряче активні. Якщо про суспільно-політичну, то …. Можливо організовувати якісь офлайн-заходи, але такі, щоб їм це було цікаво. Просто сказати іди почитай і перерепости цю інформацію, то вони цього не зроблять. На прикладі профорієнтаційних дописів, вони тобі його не поширять, навіть якщо ти будеш казати що знімиш бали, будуть пасивними користувачами і скажуть, що їм того не треба на сторінці, або просто не хочуть того поширювати. Заставлянням, маніпуляціями щодо рейтингів оцінок, як на мене, їх тут не подолаєш. Треба більше говорити і більше їх переконувати, не лише раз сказав і до побачення, а часто про це говорити з ними. Закликати якихость людей, організовувати зустрічі з фахівцями в політичній чи соціальній сфері. Можливо їм буде краще почути думку фахівця і якісь приклади, кейси роботи. Для прикладу, наша спеціальність «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» і всі тільки чули слово «бібліотечна» і виникало таке упереджене ставлення «Що ж ми в тих бібліотеках будемо робити?». Коли ми запросили Тетяну Пилипець, яка є дуже крутим бібліотекарем, є лицем бібліотеки Львова, коли вона студентам провела дуже класну лекцію, дуже класно розказала які зараз є бібліотеки, як круто працювати там і так далі, то вони вже трохи задумались. Тому, якщо ми будемо запрошувати тих чи інших лідерів думок і не обов'язково з політичної партії, бо ми наражаємось на небезпеку «От чому ви нам привели того політика, а не того, якщо ми його не любимо?». Варто тоді привести просто політичного експерта, який не має приналежності до партії.*

Інтерв'юер: А як щодо власного прикладу викладача?

Експерт: *Навіть не знаю…Якщо говорити про лайки, коли ми постимо фотографію нашого викладача, для прикладу, то вони тоді активні. Якщо ми постимо якусь загальну інформацію, студенти менш активні. А чи якщо викладач буде активним і чи студенти підуть за ним – не знаю. В наш час*

викладачі для студентів так є лідерами думок, але викладачам треба трішки фільтрувати те, що вони подають. Не завжди викладач, будучи в кафе, буде постити дописи про це, то одразу будуть думки щодо реакції керівництва, студентства…Якщо говорити про соціальну поведінку, коли викладач запостить, що є акція по збору коштів на Миколая чи щось таке, то студенти можуть відгукнутися. Якщо говорити про політичну ситуацію, то не завжди вони будуть розділяти твою політичну думку, вони можуть не буду компетентними в таких питаннях, тоді просто минуть цей допис, не звертаючи на нього жодної уваги. Це залежить від спеціальності і від року навчання студента і від самої активності викладача.

Інтерв'юер: Дякую Вам за співпрацю! Це все.

Транскрипт інтерв'ю №5

Код інтерв'ю:
№5-м.Львів-32р-жінка-соціолог/викладач

Дата проведення інтерв'ю: 24 грудня 2021 р.

Місце проведення: Україна, м. Львів.

Тривалість інтерв'ю: 2 години 2 хвилини.

Форма проведення інтерв'ю: дистанційна.

Мова інтерв'ю: українська.

Інтерв'юер: Мишок Р. Р., аспірантка кафедри СР, ІГСН, НУ «ЛП».

Особа експерта: кандидатка соціологічних наук, асистентка кафедри соціології Львівського національного університету імені І. Франка, спеціалістка Лабораторії соціологічних досліджень. Захистила дисертацію на тему «Соціологічні аспекти використання Інтернету у повсякденному житті українського студентства». Науковими інтересами експертки є соціологія інтернету, інтернет-практики, свідомість та поведінка в Мережі, соціологія молоді, студентство, візуальні методи, соціологія повсякденності. Викладає курси «Компаративний аналіз в соціології», «Соціологія громад», «Соціологія інтернету», «Соціологія ринків».

Обставини інтерв'ю: Кафедра СР НУ «ЛП» перебуває в активній співпраці з кафедрою історії та теорії соціології Франкового університету, що дозволило налагодити комунікацію з експерткою. Інтерв'ю проводилось на платформі ZOOM. Експертка на час інтерв’ю перебувала вдома.

Загальні враження від інтерв'ю: Бар'єрів під час комунікації не виникало, за вийнятком опосередкованого спілкування. Труднощів технічного характеру не було. Спілкування було відкрите, експертка відповідала дуже охоче. Відповіді на питання були достатньо обширними і надзвичайно інформативними. Експертка послуговувалась великою кількістю прикладів, часто посилалась на власні дослідження.

ІНТЕРВ'Ю

Інтерв'юер: Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?

Експерт: *Дивіться, це як би моя точка зору, я не буду посилатися на якихось метрів в цій темі. Мені здається, згідно з результатів мого дослідження і взагалі досвіду роботи в цій сфері, умовно можна поділити інтернет-поведінку на два основних типи – це пасивна і активна. Я, наприклад, досліджувала студентів, але мені здається, що це стосується будь-кого. Пасивний – це користувач інтернету, який переважно є споживачем чогось: контенту, інформації і не важливо в якому форматі. На жаль, чи на щастя, такого типу поведінки є більше, вона домінує. Пасивних споживачів більше. Є активна інтернет-поведінка. Що тут мається на увазі? Це люди, які створюють цей контент, тобто вони додають до існуючого масиву інформації в інтернеті якісь свої елементи. Причому, якщо дуже детально в цьому розбиратися, то насправді те, що ми переписуємося в соцмережах, навіть коли ми стираємо повідомлення, воно все-одно залишається, тобто ми всі щось створюємо. Якщо ми, наприклад лайкаємо якісь фотографії десь в інстаграмі чи десь ще, це не те саме що зробити свій допис на якусь тему навіть на соціальну-політичну, навіть в фейсбуці. В першому варіанті воно фактично не вимагає якихось зусиль від людини і тому я цей тип поведінки відношу до пасивної. Розподіл на два основних види – це мій основний розподіл. Що стосується критеріїв, то в мене є різні. В мене навіть стаття на цю тему була. Якщо повертатися до цього поділу попереднього, то це напевне позиція суб'єкта поведінки стосовно інтернету. Тобто, якщо він щось націлений створювати, робити, додавати до цього контенту, то цей от критерій основний є, власне, позиція суб'єкта користувача інтернету. Насправді в мене було дуже багато класифікацій, були види за метою (навчальна, комунікативна, розважальна). Суспільно-політичну я тоді не виділяла, оскільки мені по своїх спостереженнях і роботою зі студентами не видавалося, що ця мета є активно присутня. Вона була, наприклад, в інтерв'ю і в контент-аналізі скріншотів я бачила її в студентів, але це були буквально одиниці. Якщо, наприклад, брати групу з двадцяти людей, то можливо 1-2. Щоб ви просто могли розуміти яким чином це на практиці виглядало. Тому я цього і не виділяла. Я відносила це до підвиду «Різне». В мене ще була така типологія, що інтернет-практики онлайн і офлайн. Якщо онлайн – це зрозуміло, то офлайн - це йде мова про практики, які ми реалізовуємо стосовно інтернету, але не обов'язково в інтернеті. Глибоко занурюватися в теорії різні я не хочу, але суть така, що те, що стосується інтернету – це також інтернет-практики якоюсь мірою. Можливо деякі з них не мусять відбуватися, коли є доступ, коли людина працює в інтернеті. В мене був такий приклад: якщо, наприклад, студент вибирає собі квартиру, хоче знімати собі, допустимо у Львові, він, наприклад, враховує наявність вай-фаю там, постійного хорошого вай-фаю. Чи це можна назвати інтернет-практикою чи ні? Це спірне питання. Інтернет присутній в нашому житті повсюди. На той момент, коли я почала писати*

дисертацію, він ще був не настільки присутній, але зараз він ніби повністю як, наприклад, наявність світла у вашій квартирі. Немає квартир зараз без електроенергії. Так само ми доходимо зараз до того, що не може бути чи квартира чи будинок без доступу до інтернету. Це така сама базова потреба в плані комунальних послуг.

Інтерв'юер: Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?

Експерт: *Така поведінка має право на існування. Умовно кажучи, та пасивність користувачів інтернету в плані політичному – це також поведінка. Це їхній вибір так себе поводити в інтернеті, уникати цих тем. Це також вибір. До них не буде застосовано жодних санкцій, якщо вони не будуть активними. Ми живемо у вільному суспільстві, ми маємо право реалізовувати таку поведінку і в рамках вільного суспільства ми робимо такий вибір – уникати і займати пасивну позицію споживача по відношенню до політичного контенту, інформації і взагалі до цілих маніпуляційних стратегій. По відношенню до нас як до користувачів в інтернеті є цілі стратегії, маніпуляції задля формування політичного уподобання чи якоїсь позиції політичної. Це все формується. Якщо ми обираємо бути пасивними споживачами готового продукту, то це також поведінка. Так, вона не сприяє формуванню громадянського суспільства, як на мене, це моя точка зору. Але це наш вибір і також наша інтернет-поведінка в плані соціально-політичного розрізу.*

Інтерв'юер: Які, на Вашу думку, інтернет-практики користувачів можна віднести до активної СППП? Чому саме?

Експерт: *Якщо я би думала над цим, я би мабуть проранжувала їх за критерієм зростання політичної активності. Наприклад, на нижньому рівні я би поставила просто людей, які читають політичні новини, не уникають їх і просто знають, що відбувається. В нас це ще не так просто знайти джерело об'єктивне максимум, яке буде висвітлювати всі факти і події без активного викривлення або маніпуляції. Якщо люди читають про всякі події, які відбуваються в політичній сфері нашої країни, то це я вважаю є базовий рівень цієї активної соціально-політичної інтернет-поведінки. Після цього наступний рівень – це напевне висловлення своєї позиції. Наприклад, ти читаєш, спостерігаєш новини, якусь аналітику і на основі цього у тебе формується якась думка, позиція з певного приводу. В принципі, на наступній стадії ти повинен мати бажання (право ти маєш), терпіння її висловлювати і відстоювати. Скажу вам чесно, тут для мене дуже важливим є не пропускання першої стадії. Що я тут маю на увазі? Дуже часто люди (або їм нав'язують, або вони самі таким чином сформували такі позиції) без підготовчого етапу мають ставлення до якоїсь політичної події чи просто події в громадському житті, але вони не читали інформації на цю тему, вони не читали аналітики, вони навіть не до кінця знають, що відбулося, але вже мають цілу купу думок з цього приводу. І вони готові брати участь в батлах в інтернеті і в соцмережах. На мою думку ця поведінка є невідповідальною. Я не говорю за ті випадки, коли вони є проплачені – це вже інше питання, це*

люди відпрацьовують гроші. Я маю на увазі якщо це робиться щиро, то мені здається, що це є активна але невідповідальна поведінка. Я не є знавець громадянського суспільства, але можу сказати, що відповідальність в процесі формування громадянського суспільства – це дуже важливий елемент і без відповідальності не може бути громадянського суспільства. Відповідальне формування власної позиції з певного приводу для того, щоб в подальшому могти її відстоювати – це, власне, є той перший крок без якого не можна робити подальші. На третьому рівні я б сказала, що тут є вихід чи комунікація з іншими. Тут я маю на увазі те, що є поза межами власної думки, власного я якщо вже на то пішло. Тут комунікація в плані створення різних груп. Соціально-політична інтернет-поведінка – це ж не тільки те чи ви підтримуєте Зеленського чи Порошенка. Умовно кажучи це, наприклад, коли ви за більші повноваження парламенти чи за президентську форму, чи ви за соціалістів, грубо кажучи і не кажу за наших соціалістів, чи ви за національних демократів і так далі. Тобто політика в чистому вигляді, я б сказала. По-перше, якщо вам цікаво, по-друге, ви сформували свої погляди на якусь позицію, ви можете їх адекватно сформулювати і відстоювати, і не обов'язково, щоб вони були правильні, ви все-одно можете їх сформулювати і відстоювати, і наступний крок – це шукати собі однодумців. Це не означає створювати партію, не всі підуть в політику і стануть членами якоїсь партії. Наприклад, я не знаю чи це відноситься до політичної поведінки, але якісь наглядові ради навіть на місцевому рівні як от ці ОТГ, якась наглядова рада за якимось органом. Це теж політика, але тут ви маєте бути, по-перше, активні, по-друге, бути професійним в своєму напрямку, де ви наглядаєте і маєте співпрацювати з іншими, такими, які мають такі погляди як ви і вони можуть це відстоювати. Як на мене, це все і є громадянське суспільство. Мені здається, у нас ще до цього далеко. Але… Я недавно слухала, не пригадаю хто це був, напевне Глібовецький…Він сказав одну таку фразу, що ми насправді завжди порівнюємо Україну з Європою, з Західною Європою і вважаємо, що в нас все погано, але ми всі вийшли з Радянського союзу і якщо ми порівняємо Україну і її громадянське суспільство і взагалі її політичну культуру і все-все, що з цим пов'язана з тим, що було теж частиною Радянського союзу, з тим же Казахстаном чи ще з чимось, з Росією чи Білорусією, то ми побачимо, що ще не маємо на що нарікати. Мені здається, що наше суспільство формується, йому бракує відповідальності, бракує виваженості. Я коли таке говорю, я собі думаю «Боже, я ще молода людина, а говорю ніби мені вже років 60» (сміється). Але насправді я думаю, що наявність відповідальності і вміння подумати перш ніж щось зробити – це дуже важливо.

Інтерв'юер: Що, у Вашому розумінні, означає бути пасивним в сенсі проявів СПІП?

Експерт: *На мою думку, пасивна СПІП – це коли людина взагалі навіть не цікавиться. Це також вибір – не цікавитись. Можливо війна почнеться і він про це дізнається. Коли я працювала над своїм дослідженням і перевіряла скріншоти і щоденники студентів, то переважно народ читає свою стрічку*

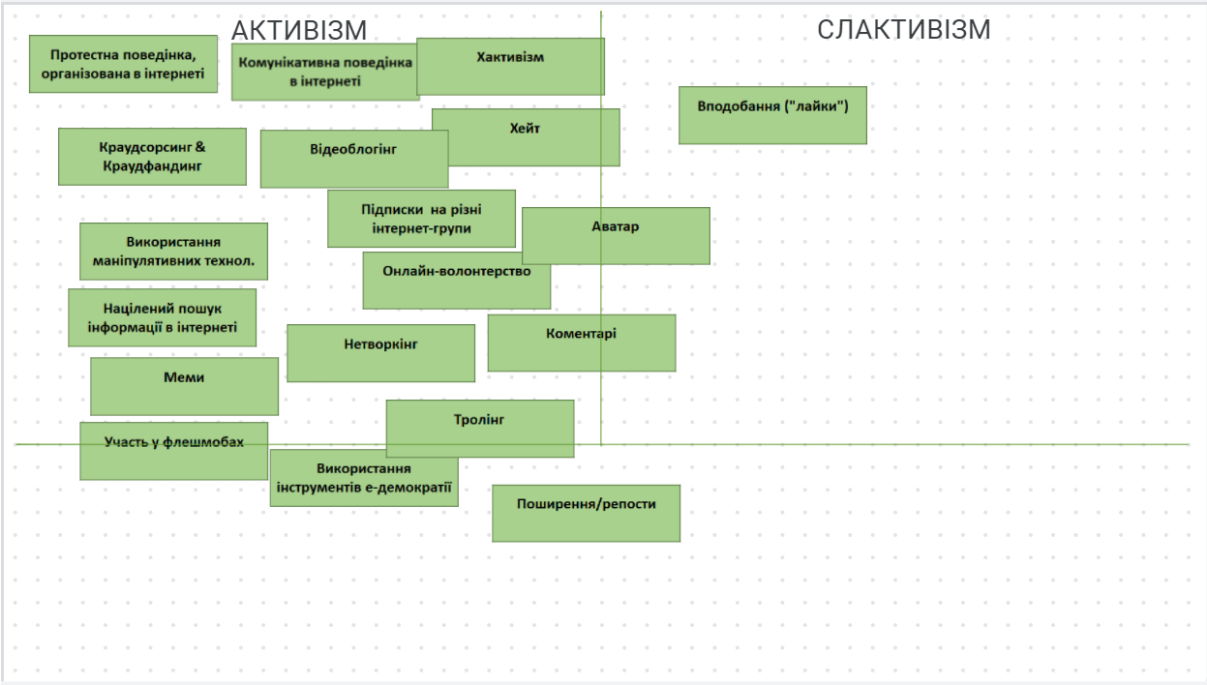
в соцмережі і це відбиває його коло спілкування. Якщо в це коло спілкування не включає людей, яким це цікаво, то ти просто не дізнаєшся про це, хіба вже коли реально війна почнеться. Левова частка респондентів, яких я опитувала і за якими я слідкувала, дивилися свою стрічку і вона переважно не включала політичної інформації взагалі будь-якої. Тобто, якщо говорити про пасивних, то мені здається, що їм не цікава політика і це така позиція. Окей, я поважаю таку думку. Мені, наприклад, теж не цікава політика у вигляді хто кого обізвав, хто на кого щось там написав. Але все-одно ти громадянин цієї країни і якісь базові речі ти маєш знати. Це моя точка зору. Тому відповідь на це запитання – не цікавитись взагалі і уникати.

Інтерв'юер: Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?

Експерт: *От недавно було таке дослідження про те, що люди не читають далі заголовків. Це моє таке спостереження, що насправді те, що люди лайкають, то на це може впливати, наприклад, хто це поширив. Якщо це моя коліжанка або друг, то я це зроблю з відчуття солідарності. Можливо я прочитаю той заголовок. Умовно кажучи, якщо ви заходите на якийсь інтернет-портал, ну ту ж саму «Українську правду» і читаєте новини – це ваша свідома дія. Якщо ви просто гортаєте свою стрічку і у вас хтось щось вивісив, можливо ви це подивилися, пролайкали, тоді це свідома дія, а можливо подумали «О, Оля вивісила, то напевне щось круте!». Ви ж цього не знаєте і ніколи не дізнаєтесь…Як ця поведінка формується, де вона береться трохи складно з'ясувати. З іншого боку, нам соціологам трохи складно докопирсатися до того як людина поводиться і чому вона так поводиться, якщо ми говоримо про поведінку. Ну ви ж не знаєте, що передує поведінці, якщо співвідносити свідоме і несвідоме, різні-різні елементи, що передують вчинку або його відсутності. Ми не можемо в цьому копирсатися, це психологи в тому розбираються. Для мене усвідомленість відіграє роль, але емпірично це складно виміряти. Наявність усвідомленого вибору для мене є важливо.*

Інтерв'юер: Спробуйте класифікувати запропоновані форми СППП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СППП Ви могли би додати до запропонованих.

Експерт:



Щодо краудсорсингу і краудфандингу. Це складне питання. Я поясню…От, наприклад, я переводжу на рахунок гроші в терміналі Приватбанку. Можливо це не чистий інтернет, але він тут також задіяний. Там мені лишається 5 гривень і я їх не можу забрати, бо в мене немає такої опції, щоб він віддав мені ці гроші. Але в мене є опція перекинути їх собі на телефон чи на армію. Я веду до того, що не можна зводити до одного те, що я жертвую ті гроші, які мені банкомат не може віддати назад і те, що я, наприклад, організовую десь на Патреоні збір на щось. Це вже різні формати і різний ступінь залученості. В першому випадку – це можливо не зовсім слактивізм, але це майже як лайк.

Щодо мемів. Якщо користувач створює і поширює меми – це активізм, а якщо просто переглядає це вже не активізм.

От я думала, що підписки на інтернет-групи – це буде слактивізм. Але їх ще треба вибрати. От людина має підписки на певні ютуб-канали. Хоча я не знаю чи це з однієї опери, але суть напевне та сама. Мені здається, що коли ти обираєш, ти це усвідомлено це робиш. Оцей пул, який формує джерело твоєї інформації, наприклад на тему політики, ти формуєш ці джерела свідомо. Правильно для себе підібрати джерела інформації – це є неймовірно важливо, якщо ти хочеш слідкувати за чимось.

Прояви тролінгу і хейту дуже близькі між собою. Тролінг – це просто когось там затролити, або як то кажуть злився з дискусії. Хейт може бути як частина тролінгу, а може бути як виявлення своєї непримиренної позиції по відношенню до чогось. Людина може просто не витерпіти і висловити все, теоретично це можливо.

Використання інструментів е-демократії – це активність. Але я би теж розділила на тих, хто цю петицію формулює, створює – це безперечно активізм, навіть активний активізм, якщо можна так виразитись. Якщо це той, хто ставить лайк – це можливо активізм, бо треба ще прочитати про що, але маленький.

Інтерв'юер: На Вашу думку, яка СППП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства?

Експерт: *Хотіла би сказати таку річ, яка є дуже цікава. Коли я спілкувалася з студентами, яких досліджувала, то абсолютна більшість пасивні, просто ігнорують цю тему або в кращому випадку цікавляться новинами, умовно кажучи, знають що відбувається. Але коли приходять вибори, які би не були вибори, то студенти є одними з тих соціальних груп, які дуже активно залучаються до спостерігачів на дільницях. Вони це роблять переважно з грошових мотивів. Я розумію, що це не пов'язано з інтернетом, принаймні поки що, ми ще не голосуємо в інтернеті, але якщо говорити, власне, про цю політичну активність, напевне воно приймає таку форму. Грошова мотивація для студентів, які в переважній своїй більшості матеріально-залежні від своїх батьків, для них поштовх. Однак це робить погані перспективи для творення громадянського суспільства. Можна привикнути так робити і потім не відвикнути.*

Інтерв'юер: Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СППП?

Експерт: *В першу чергу впливає взагалі спрямованість самої особистості. Умовно кажучи, якщо людина є активною…от, наприклад, в тих кого я брала інтерв'ю і ті, хто проявляв мінімальну активність в політичній сфері, зокрема в інтернеті і в принципі, переважна частина з них крім того якщо не добре вчились, то нормально вчились, вони не були двієшниками. Вони крім того часто займалися самоосвітою. Вони були активними не тільки в політиці чи політичній сфері, а просто дбали про свій саморозвиток. Ця політична активність була частиною їхнього кругозору. Переважно була така ситуація: в тебе є завдання, наприклад, пов'язана з навчальним процесом, ти його виконуєш щоб отримати мінімальний бал, 51 бал. Тобто в тебе немає амбіцій до цього. Можливо є якесь інше заняття, яким ти гориш, грубо кажучи, що для тебе важливо. Просто з якихось причин ти попав на цей курс, на цей факультет і на цю спеціальність ти не дуже хотів, я не знаю, батьки запхали. В тебе є якесь інше спрямування і тобі це цікаво. На жаль, я зіткнулася з тим, що це впливає. Мені здається, що в уявлені взагалі наших громадян (це не тільки молоді стосується), політика – це щось таке продажне, нечисте, погане. Ти якщо таким цікавишся, я вже не кажу займаєшся, то ти вже якийсь «активіст» з такою негативною конотацією або ти просто маєш матеріальний інтерес. Я стикалася в житі з таким уявленням, що нормальні люди в політику не йдуть. Як на мене це погано. Ну я не проводила дослідження, але мені здається, що це відображає ставлення нашого суспільства до політичної сфери як такої. Я не кажу, що вона заслуговує на це, але проблема в іншому. Якщо жити за таким принципом, що нормальні люди не йдуть в політику, то це означає, що туди підуть ненормальні і тоді вона дійсно буде на це заслуговувати. Це ніби одне автоматично виходить з іншого.*

Інтерв'юер: Якими диспозиціями (особистісними рисами) має володіти користувач для реалізації активної СППП?

Експерт: *Активною життєвою позицією. Мені здається, що проблема може в тому, що Радянський союз продукував в суспільстві відчуття патерналізму, тобто батьківського відношення держави до громадян. Це сформувалося в наших батьків, а батьки, якщо не всі, то багато, передали це далі. За що хвалять Радянський союз – у всіх була робота. Тобто хтось дбав про те, щоб в тебе була робота. Був хтось, хто давав тобі безкоштовну освіту, медицину, був хтось, хто про тебе дбав в цілому. Це ж добре, коли хтось про тебе дбає. Але це означає, що ти ніколи не вчишся дбати про себе сам. Коли розпався Радянський союз і ця установка залишилась в наших батьків так точно, але вже нема того, хто про тебе подбає. Це трагедія насправді. Чисто на такому психологічному рівні. Далеко не всі змогли своїм дітям прищепити це усвідомлення, що ти маєш дбати про себе сам і це нормально. І ти можеш це зробити, тобто немає проблем, щоб ти вмів це робити, навчився це робити і успішно це робив. Якщо подивитися, то в системі цього патерналізму ти завжди є таким, який потребує догляду, людина, громадянин є таким, який потребує догляду. Мені здається, що громадянин набагато впевненіше будеш себе почувати, коли він усвідомить, що він сам багато може чого зробити і йому не треба догляду. Ну є люди, які його потребують з різних причин, але в принципі в середньому громадянин може подбати про себе сам. І це не означає, що ти маєш усі моральні цінності відкинути і просто дертися на верх будь-якими способами. Тут, по-суті, така стратегія теж присутня, але вона не є виграшною по відношення до усього суспільства. Якщо, наприклад, батьки говорять своїм дітям на основі власного досвіду, що ви маєте не звертати увагу ні на що і рухатись вперед. Є два моменти, перший – патерналізм, хтось про тебе подбає, який у нас уже не реалізується, бо немає того, хто дбає; друга крайність, на іншому полюсі – ніхто про тебе не подбає, ти дбаєш про себе сам і це означає, що ти маєш знищити усіх, хто є на твоєму шляху. Можливо, якщо тебе не знищать по дорозі, всі будуть іти таким шляхом і за такою філософією життєвою, то ти доберешся до свого жаданого місця, хорошого, теплого. Це означає, що ти сам там купаєшся і скільки зможеш будеш триматися в якійсь…От знаєте, як от середньовічні міста в облоги брали, то за аналогією ти будеш сидіти в облозі і захищатися від усіх, хто захоче тебе звідти скинути. Нормально, як на мене, це моя думка, є так, коли логіка така – ти можеш зреалізувати себе, подбати про себе сам і це нормально, всі так роблять, але це не означає, що ти маєш по дорозі знищувати усіх, хто попадає на твоєму шляху, а навпаки створювати з ними якісь колаборації, тепер розумне слово. Як в інтернеті так і офлайн, в будь-якому форматі. Таким чином ти будеш більш успішним, бо ти будеш не сам, а в групі, наприклад, однодумців. Це політики також стосується і не тільки політики. В результаті ти не будеш у ворожому середовищі. Коли ти досягнеш мети, ти будеш в безпечному, нормальному оточені, в оточені команди, яка буде з тобою працювати. Те не будеш тільки захищатися, а навпаки зможеш щось створювати. Другий момент, не менш важливий, такі команди і такий підхід взагалі створює нормальне суспільство. От є таке поняття як «суспільство виживання». От*

власне це суспільство генерації нових ідей, нових можливостей. Це групи, які створюють між собою зв'язки, утворюються в більші групи і таким чином формується суспільство, яке не є ворожим по відношенню до окремого індивіда.

Якщо говорити про особистісні риси, то напевне це вміння комунікувати, взагалі вміння бути активним. Мені здається, проблема сучасних молодих людей в тому, що їм взагалі нічого не хочеться. Якась така пересиченість від всього. Можливо від того, що всього є занадто багато. Тяжко сказати, бо цього не досліджувала. Але якесь таке відчуття у мене є. І от це бажання не бути пересиченим, а бути голодним до чогось нового з одного боку. З іншого боку, вміти наводити контакти і працювати над ними, над своєю репутацією, над інститутом репутації, якого в нас немає. І не сприймати навколишній світ як ворожий, ніби після атомної бомби, коли там нічого нема і кожен тебе хоче знищити.

Інтерв'юер: Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СППП?

Експерт: *Я скажу, що на мою думку має мати громадянин. Громадянин в принципі має якусь позицію, нехай навіть зовсім маленьку, але якусь там має в політичному плані. Мені здається, що має мати відповідальність, повагу до закону. Я розумію, що в нас тим великі проблеми, але повага до закону і на ціннісному рівні і на рівні практик також виражається. І ще дуже важливо цінність суспільного блага. Нехай це буде якесь суспільне благо маленьке, умовно кажучи, наприклад, нехай лампочка залишиться в під'їзді, не забирайте її до себе додому, нехай вона освітить не лише вашу квартиру в середині, але й вашу сходову клітку. Це вже маленьке суспільне благо. Мені здається, що якби це в нас було, то було би круто. Я думаю, що у нас вже трохи є, може і не до такої степені як ми хочемо. Я в тому плані взагалі оптиміст, якщо чесно.*

Інтерв'юер: На Вашу думку, яким є рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СППП?

Експерт: *Якщо ми говоримо про пасивну, то там взагалі ніякої мотивації немає. Рівень вмотивованості активної і слактивної людини буде різним. Подумайте скільки зусиль потрібно прикласти людині для реалізації якоїсь там поведінки суспільно-політичної в інтернеті чи не в інтернеті. Скільки треба часу, ресурсів, грошей, людей задіяти для того, щоб щось зробити. Напевно багато. Відповідно мотивація повинна бути настільки великою, яка би, скажімо, допомогла це все зреалізувати плюс по дорозі допомогла якось ліквідувати всі ті перепони, які 100% будуть. Що стосується слактивної поведінки, то скільки потрібно мотивації, щоб лайкнути якийсь пост, з яким ви погоджуєтесь. Добре, вам треба його прочитати і це зусилля, особливо якщо пост великий. Або вам треба продонейтити 5 гривень на армію чи ще щось, грубо кажучи. Це ж не потребує ніяких зусиль, або майже ніяких. Відповідно й мотивація така. Мені здається інколи, що люди, які роблять от такі от речі, хоча я й сама така, я не кажу, що я активіст, не те, що я наїжджаю на переважну більшість*

нашого населення, мені так здається, є і позитив від такої поведінки. Я наведу приклад. Пам'ятаєте напис «Дякую», що був на аватарках? Я пам'ятаю, що після виборів президента 2019 року дуже багато людей, які не голосували за діючого президента, були розгублені і розчаровані, мали противне відчуття, що ти в абсолютній меншості і це дуже непросто. Але оці от штучки на аватарках дозволили відчути, що ти не один такий, а вас ще таких є трохи. І це добре. Є відчуття такої соціальної групи. З іншого боку, що мені потім не сподобалось, що ця така соціальна група стала якоюсь агресивною, зайняла агресивну оборонну позицію. По-перше, така позиція оборонна слабка, а по-друге, не дає можливості коли-небудь вийти з такої позиції. Це, що зробила слактивна поведінка. Вона створила в людях уявлення, що ти не один. Це добре на якомусь етапі. Мені здається, що ця слактивна поведінка, типу лайкнути щось чи від когось відписатися в плані культури відміни – це взагалі ого і на заході взагалі шум піднімається. Але мені здається, що люди це роблять для того, щоб поставити галочку ніби зробив щось хороше. Я вже говорила про ті 5 гривень на армію, але це такий приклад хороший. Мені нічого не коштує, тих 5 гривень до мене не повернуться, на мобільному рахунку вони мене не врятують. Але от я зробила пожертву на армію, ну правда! (сміється). Тому, мені здається, що це є негатив цієї слактивної поведінки – ти ніби щось робиш добре, але реально результату немає.

<u>Інтерв'юер</u>: Які особистісні характеристики користувачів можуть спричинити прояв пасивної СППП?

<u>Експерт</u>: *Ми про це теж говорили уже. Єдине, що я хочу ще сказати це те, що стосується молоді. От те, що мене не цікавить ця сфера – це такий трошки егоїзм, якщо так можна сказати. Серед молоді один з найнижчих рівнів взагалі відвідування виборів, можливо не останніх, але фактично молодь мало ходила на вибори, переважно ходили пенсіонери, які були дуже дисциплінованими виборцями. Навіть деякі кампанії проектувалися і була обрана стратегія, що молоді не прийдуть, а пенсіонери проголосують. Якщо так, то це означає, що ти працюєш на пенсіонерів, даєш їм продуктові набори, тобто працюєш на цільову аудиторію. Після цього трохи дивно чути обурення, що в нас така влада. Мені було цікаво, чому молоді люди не ходять на вибори, чому вони дозволяють обирати своє майбутнє або людей, які будуть вирішувати за них, своїм бабусям і дідусям? Попри всю повагу до старшого покоління, жити в цьому майбутньому буде ви, працювати ви будете. Тому трохи дивно, що ви віддаєте свій вибір попередньому поколінню. І взагалі як можна жалітися на щось і сказати, що мене це не цікавить. Ми ж жаліємося, що нам не підходить багато речей, починаючи від тарифів, закінчуючи зовнішньою політикою – все нам не підходить. Тоді чому? Постояти в черзі на виборах – це така трагедія. Ще одне щодо незацікавленість політикою. Це якесь таке уявлення про те, що воно мене не стосується. Проблема в тому, що коли ми обираємо владу, президента, парламент, навіть мера міста, то це означає, що ми обираємо чи будуть у нас дороги, ми вибираємо наший зовнішній політичний курс, який ми вибирали досить довго, ми вибирали багато-багато речей, які нам в принципі цікаві.*

Якщо згадати молоду людини, наприклад, чи ти хочеш позаблоковий статус України чи в НАТО, то з цієї теми будуть мати точку зору більше людей ніж ті, хто прийде на вибори з тим. Багато буде тих, хто на вибори не піде, але свою точку зору з цього приводу будуть мати. Це трохи дивно, правда? Мені здається, що це самообман, що мене це не стосується. Це стосується, тому що ти живеш в цій країні. Є можливо варіант виїхати з цієї країни, але не всі виїдуть, попри велику міграції, і поки ти з неї не виїхав тебе це стосується. Тобто перша стратегія «мені це не цікаво, бо мене це не стосується». Друга стратегія «вони всі однаково погані, яка різниця кого вибирати». Признаю, що мало за що їх можна похвалити, але, по-перше, зараз у нас немає інших варіантів. На останніх виборах ми вибрали людину несистемну взагалі. І якщо так говорити, то що немає змісту у виборах як таких? Немає змісту у виборі як такому? Тоді це означає, що у Росії правильна система – там немає виборів і немає вибору. Я дуже сильно утрирую, я розумію, але логіка така. Коли я запитаю в молодих людей чи вони хочуть так як в Росії в плані політичної системи, більшість скаже, що ні, я впевнена в цьому.

Інтерв'юер: З'явилося одразу додаткове питання: як щодо довіри і її впливу на прояви СППП?

Експерт: *Вона може впливати. Дивіться, у нас яке уявлення щодо політичних діячів, що вони всі одним миром мазані, всі погані, нема хороших. Значить, якщо всі погані, то нема кому довіряти. Я пам'ятаю, що були останні соціологічні дослідження про те, хто найбільше користується довірою в Україні, то там була армія, церква і волонтери. Не пам'ятаю чи там був розподіл по вікових групах, наприклад, кому довіряє молодь. Я не впевнена, що молодь буде довіряти церкві, не знаю, не буду казати точно, але це цікаво подивитися. Зараз я оперую емпіричним досвідом спілкування з молодими людьми. У мене таке відчуття, що насправді вони не довіряють нікому, за винятком свого найближчого кола спілкування. Я думаю, що тут відображається взагалі тренд нашого суспільства не тільки серед молоді присутнє. Другий момент, молоді люди в процесі свого становлення, є така вікова особливість у них, формують свій світогляд, а це означає, що вони пробують все верифікувати. Наприклад, ти їм щось говориш, що так добре, і це дітей стосується, і це якісь побутові речі, грубо кажучи, не пхай руки до газової плитки. А якщо, наприклад, ти кажеш щось людям, яким 17-20 років, то якщо ти не є для них авторитетом, а в переважній більшості випадків не є, то твої слова нічого не вартують для них. Хто ти такий, щоб щось нам говорити? Я не кажу про життєву мудрість, я не збираюсь когось виховувати. Але взагалі про якісь базові істини, навіть про громадянську активність, у них виникають питання «Хто ти такий, щоб нам про це розповідати?». Добре, нехай не викладачі, це окреме питання. Чи можете ви назвати хоча б одну людину, яка б користувалася в молоді достатньою довірою, мала б такий авторитет, щоб вони послухали її точку зору без верифікації? Скажу вам чесно, це навіть добре, що такої нема. Бо вони мають формувати свою точку зору, питання тільки в тому, що вони не завжди це роблять, на жаль. У всіх молодих людей, це напевне і мій досвід, і*

ваш досвід, формується світогляд у всіх. Тільки я не хочу, щоб такий світогляд був результатом розчарувань і різних поразок в плані особистого негативного досвіду. Щоб потім не сталось так, щоб вони були всі цинічними. Це дуже велике узагальнення, але суть така, що якщо ти нічого не поважаєш, тоді дуже складно без наявної системи авторитетів зоорієнтуватись в сучасних реаліях.

Інтерв'юер: Як буде корелювати рівень довіри з різновидом СППП?

Експерт: *Буде корелювати. Якщо ми говоримо про активність, активну поведінку в політичній сфері, то довіра має бути до політичної сфери і до її елементів. Оскільки немає ніякої довіри до політичної сфери…Наприклад, умовно кажучи, я довіряю батькам, сестрі, чоловікові, дружині, прийде та людина, якій я довіряю і яку поважаю і скаже, що треба проголосувати за певну людину. Я можу поважати, довіряти і любити, але це не означає, що я її послухаю, бо я можу мати іншу точку зору з цього приводу. Якщо в нас немає довіри в політичній сфері то нема з чим корелювати. Не може бути активності в кореляції з довірою якщо немає іншої частинки, не може бути кореляції до ненаявного елементу. Як в такому випадку сформувати довіру? Як взагалі формується довіра? Напевне якимось позитивним досвідом в чомусь. Спочатку має бути позитивний досвід, можливо на мікрорівні. Потрібно взагалі цю сферу політичну трішки відбілити, не вся вона така погана і безнадійна, цинічна і так далі. Звичайно, що це є присутнє – це боротьба за владу. До якої міри для того хто бореться важливим є загальне благо чи суспільне благо, дбає не про свою вигоду, навіть якщо в мене будуть зауваження з інших приводів, але він бореться за суспільне благо, тоді окей, я довіряю, що в цій конкретній сфері він є професіоналом. Він не повинен бути хорошою чи поганою людиною, яка мені різниця, це немає значення.*

Інтерв'юер: Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СППП? Які є типи цих ресурсів?

Експерт: *Інтелектуальними в першу чергу. Після того моральними, бо ми говорили за суспільне благо, а це моральна частина, коли людина розуміє, що суспільне благо важливе, навіть якоюсь мірою важливіше ніж індивідуальні потреби. Що ще? Можливо наявність якого соціального капіталу або принаймні готовність його створювати. Тобто якщо ти такий хороший і розумний, моральний і взагалі класний, але сидиш в інтернеті і не заходиш ні в які групи, ні з ким не спілкуєшся, твоя думка залишається тільки в межах твоєї особи, тоді ти не створиш нічого. Мені здається, що бути усвідомленим громадянином навіть самому, коли ти сам сформував свою думку, свідомо працював над тим, це вже дуже добре. Як мінімум твої політичні дії навіть не в інтернеті, а просто от голосування на виборах, навіть якщо ти обрав пасивність, в тебе вже принаймні буде адекватна картина світу і таке сприйняття в тебе буде громадянсько-відповідальне.*

Інтерв'юер: Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?

Експерт: *Я не можу вибрати. Який толк з твого соціального капіталу, якщо в тебе немає інтелектуальних ресурсів.*

Інтерв'юер: Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СППП ?

Експерт: *Я думаю, що дохід має велике значення в плані того, що людина або є фінансово незалежна, або бачить шлях як нею стати. Це має значення, бо, по-перше, ти не зможеш заробляти на політичній активності і, по-друге, якщо ти є фінансово незалежний, то ти розумієш, що для того треба щоб бути фінансово незалежним. Для цього точно не треба продавати голоси. Якщо ти став фінансово незалежним, то ти розумієш як це працює. Якийсь рівень громадської відповідальності, вже не активності, можна розраховувати. З іншого боку, є люди, які фінансово дуже добре стоять, але вони не вважають, що вони мають бути політично активними. Таке уявлення теж є. Я з таким не згідна, але це та сама ситуація, коли я і про молодь говорила – це самообман такий, що це тебе не стосується. Це тебе стосується, бо ти тут живеш. Що стосується походження, то я думаю, що це не настільки важливо, порівняно з доходом. Їх не можна ставити на один рівень. Якщо дохід дуже важливий, то походження не дуже. По-перше, тому що людина може бути самодостатньою в селі. Наприклад фермер, він живе в селі, але цілком економічно забезпечена і самодостатня людина. Він навпаки можу бути тим, хто просуває зміни у своєму селі. Він, наприклад, може потенційно стати головою ОТГ – це вершина політичного активізму, нехай не в інтернеті, але все-одно.*

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Тут фішка така. Моя перша давня психологічна освіта мені каже, що інтернет – це компенсаторний механізм. Коли ти є в інтернеті, поставив собі якусь аватарку, ніхто не знає чи ти низенький, чи ти маленький, чи грубий чи ще якийсь. Наприклад, в нас недавно був проект по романтичних стосунках в інтернеті. Інтернет повністю тебе приховає і якщо мова йде про комунікацію в інтернеті, то це дозволяє тобі повністю сховати себе, виключити всі ці нюанси сприймання. Відомо, що дуже великий відсоток сприйняття йде через жести, міміку, зовнішній вигляд, ну принаймні на перших порах. Якщо ми в інтернеті, то ми все це виключаємо і залишається лише те, що ми скажемо. Це можливу буде добре якоюсь мірою, тому що це дозволить людині позбутися якихось комплексів, бути більш відвертою, це ніби розмова між незнайомцями. Ти спілкуєшся з тими людьми, з якими не пов'язаний в реальному житті. Навіть якщо ти є в друзях у фейсбуці, ти можеш бути не пов'язаним, особливо якщо це будуть якісь гарячі дискусії, які переростають в сварки, може бути і хейт, і тролінг, і все, що завгодно, але ніякої відповідальності ти за це не несеш. Мені здається, що низький статус, віднесемо це до компенсаторної властивості інтернету, інколи корелює з агресивною поведінкою в інтернеті. Це не обов'язково є політично-активною поведінкою, бо вона є позитивною в плані творення чогось, а я говорю агресивну поведінку. Якщо є бажання щось зробити добре дешевим коштом – це також належить до такої категорії. Якщо мова йде про активність,*

щоб організуватися в групи, щось організувати, щось зробити, то це навпаки – чим людина має вищий статус, а значить і більше відповідальності в реальному житті, тим є більша імовірність, що вона буде активною і в інтернеті. Коли я питала в свої досліджуваних в інтерв'ю що вони роблять в інтернеті, то вони мені одне розповідала, після чого я брала результати контент-аналізу і воно не відповідало тому, що вони мені говорили. Це не означало, що вони мене обманювали, вони щиро в це вірять, щиро вірять, що вони вчяться в інтернеті. Це тому що вони не усвідомлюють цього до кінця.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Якщо є, умовно кажучи, група любителів котиків і там є адміністратор, то людина: а) дуже любить котиків і б) має базове уявлення як працювати в інтернеті, розуміє як працює адміністратор і в якій соціальній мережі. З великою ймовірністю, я думаю, що вона буде захищати своїх котиків у своєму районі. В цю групу заходять інші любителі котиків: хтось хоче гарні фотографії котиків подивитися, хтось хоче купити котика, а хтось скаже ненавиджу котиків. З політичною тематикою тут складніше, тому що переважно такі групи створюють політичні партії з якоюсь ціллю. Якщо мій партійний осередок дав мені завдання створити таку групу і зробити її популярною, то я вже політично активний, бо я в тій партії працюю. Дуже рідко таке буває, щоб хтось з любові до якоїсь ідеї чи партії, чи якогось кандидата раптом створив якусь групу і почав її просувати. А якщо таке і буває, то його одразу запідозрять в тому, що він має якийсь меркантильний інтерес.*

Майданчики в соціальних мережах дозволяють політичним гравцям збирати і оцінювати своїх симпатиків, тих кому це взагалі цікаво, ніби підшуковувати кадри. Не можу сказати що є якась пряма кореляція. Мені здається, що потім в соціальних мережах можна провести кампанію для ширшого кола людей, але саме такі групи націлені на тих, хто зацікавлений. Вони вже до якоїсь міри активні в плані того, що вже мають свою політичну позицію. Тут важливо також сказати, що не є важливо чи людина є адміністратором, а є важливо наскільки вона віддана, наприклад партії. Бо от уявімо, що партія вела активну передвиборчу кампанію в інтернеті, але не пройшла. Якщо б людина не була віддана партії, вона просто перестає вести її сторінку в соціальних мережах. Чи буде людина це робити якщо їй перестануть платити, коли це перестане бути її обов'язком.

Візьмемо також і блогерів. До них приходять і пропонують якусь колаборацію. Їм за це платять гроші. Чи можна вважати це політичної активністю, напевне, що так, але це є робота. Це так само як і формують виборчі дільниці. Їм теж гроші платять за політичну активність.

Інтерв'юер: Яку роль у реалізації користувачами СППП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова?

Експерт: *Думаю, що загальна не відіграє. Тому що це навіть заборонено, я так думаю, в школі 100%, навіть в старших класах. Взагалі, це вважається*

як поганий тон, коли ти про щось таке політичне починаєш розказувати. Але тут є такий момент, на який я б хотіла наголосити. Дивіться, освіта і не повинна дітям і молодим людям нав'язувати якісь політичні вподобання. Вона повинна допомогти їм себе таким чином сформувати, щоб могти це добре вибрати. Це не означає, що є якісь правильні політичні погляди чи не правильні. Просто сформувати особистість. Я знаю, зараз є такий підхід, що школа не повинна виховувати так само як і ЗВО. Так не повинна в плану того, щоб взяти і виховувати. Але вона повинна сприяти тому, щоб людина формувала свій світогляд. В рамках цього я вважаю, що загальна освіта, якщо вона навчить дитину думати, якщо вона навчить, допоможе критично аналізувати отриману інформацію, тобто взагалі орієнтуватися в тому інформаційному морі, навчить якось перевіряти ту інформацію, яку вона отримує – якщо вона це все зробить це дуже добре.

Якщо говорити про громадянську освіту, то чи вона насправді існує у нас в Україні? Важко сказати яку роль вона відіграє, бо вона себе не достатньо проявила для того, щоб щось про це говорити.

Що стосується цифрової освіти. Якщо мається на увазі така цифрова соціалізація, то це відбувається, так би мовити, стихійно – тобі треба, ти вчиш щось. Наприклад я не вмію, я прошу, щоб хтось пояснив мені як це робиться і вже в подальшому я це вмію. Це також несистемний такий процес. Скажу отак: цифрова освіта дозволяє нам бути впевненими у собі більше, тобто усі ті навички, які потрібні для прийому на роботу, взагалі відчувати себе сучасною людиною. Це дозволяє нам бути самодостатніми якоюсь мірою. Від сучасної людини вимагається бути соціалізованою в цифровому плані. Наскільки це нам дозволяє бути політично активними я не впевнена. Тому що, мені здається, це так як навчитися користуватися….еееє… посудомийною машиною. Ти ніколи не пробував, привіз додому, поставив, навчився, але вона робить своє, ти вмієш туди заходити, вмієш то поширювати, виводити презентацію на великий екран і так далі. Це все засоби для того, щоб робити щось інше. Загальна освіта, власне, має допомогти сформуватися, а цифрова тобі всього лиш допоможе більш ефективно, швидше, якісніше сучасними засобами це організувати.

<u>Інтерв'юер</u>: Яким, на Вашу думку, є рівень громадянської та цифрової освіченості сучасної української молоді, зокрема студентства? Чому саме такий рівень?

<u>Експерт</u>: *Мені важко сказати. В плані цифрової вони краще від мене то точно знають, хоча я тоже ще не пенсійного віку (жартує). Тому він високий, скажемо так, вищий ніж в мене. Що стосується громадянської освіченості, то це треба міряти, але, якщо так подумати, то напевне що не високий, тому що вони мало ходять на вибори. Це дуже хороший показник. А насправді треба міряти. От скільки відсотків від загальної кількості виборців є молоді. І тоді це дасть дуже хорошу відповідь. Але думаю, що то буде невисокий показник, на жаль.*

<u>Інтерв'юер</u>: Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СППП?

Експерт: *Ключове. Взагалі я притримуюсь тої думки, що коли людина формується, перебуває на етапі свого формування, середовище має ключову роль у тому, якою вона сформується. Оскільки людина соціалізується протягом усього свого життя, тобто це не є якийсь закінчений процес, то оце формування, переформатовування постійно триває і постійно середовище впливає. Якщо це є нормою взагалі проявляти яку-небудь активність, умовно кажучи, сортувати сміття, якщо це норма, то з великою вірогідністю, що та дитина, яка з дитинства бачила як в них сортується сміття, також буде це робити, вона буде вміти це робити, буде знати як це робити. Якщо це людина, яка ніколи не мала такого досвіду, теоретично можливо, що вона виросте поїде і навчиться цього десь інше. Але це буде складніше, довше і буде потребувати від неї більших зусиль.*

Інтерв'юер: Які саме середовища мають значення для реалізації користувачами СППП?

Експерт: *Всі. Всі, які оточують людину. Причому тут є ще такий момент. Наприклад, якщо ми говоримо про молоду людину, то вона може вважати, цінувати, поважати ключовим для себе середовищем, умовно кажучи, своїх друзів. Якщо вона ставиться до них так, якщо вони мають останнє слово або передостаннє в її формуванні. Я вважаю, що впливають всі середовища, але наскільки середовище є для людини важливе, то от міра впливу визначається важливістю середовища.*

Інтерв'юер: Які, з Вашої точки зору, форми СППП буде демонструвати користувач, який є членом або є долученим до діяльності політичної партії і/або ГО?

Експерт: *Громадянське об'єднання в Україні не є так поширене. Хоча зараз вже є більше. Мені десь попадалась така інформація, що в Норвегії близько 80% населення, чи якось так є членами якоїсь громадської організації, тобто є офіційно записаними. В нас 100% на порядки менше. Але це ні про що не говорить на мою думку, тому що, умовно кажучи, от я не є членом жодного ГО, але я можу долучатися до якихось громадсько-активних практик. У нас от осінню було прибирання території біля нас. Там була ГО, яка це організовувала, але зійшлися всі ті, хто взагалі хотів до цього долучитися, але вони від цього не стали членами цієї ГО, не планували і не будуть планувати. Але вони долучились до конкретної практики. Те саме стосується й інтернету. На жаль, був такий досвід, що всі оці фонди, ГО створювались з якоюсь метою не дуже такою благою, скажемо так. Тому народ не сильно біжить ставати членами якоїсь організації. Але це не заважає їм практикувати якусь громадянську активність. Дуже часто, ті, хто створюють ці ГО і працюють в них, там мотивація частково є на суспільне благо, частково може бути необхідність реєстрації ГО, щоб отримати грант. Можливо вони отримають грант і щось з ним добре зроблять, але все ж…*

Інтерв'юер: Яке значення для проявів СППП має приналежність користувача до університетського самоврядування?

Експерт: *Я думаю, що молоді люди, які є членами студентського самоврядування зазвичай мають особисту спрямованість взагалі на політичну активність. Питання тільки в тому яку роль насправді відіграє студентське самоврядування в житті студентів загалом. Я не знаю як у вашому ЗВО, але у нас не дуже велику. Тут важливо що вони (студенти) знають про це самоврядування, чим воно займається, як активно воно залучає всіх студентів. Це дуже важливо, щоб показати студентам, що це є не порожня організація. Тоді цей позитивний досвід, досвід позитивного активізму, який є на рівні університету, то є імовірність, що цей активізм, згодом можливо політичний, перестане мати негативну конотацію.*

Інтерв'юер: Яким чином на реалізацію СППП впливає приналежність користувачів до різних соціальних мереж/платформ/сайтів?

Експерт: *Якщо ми, наприклад, в соціальних мережах, і не тільки, ми створюємо свою таку бульбашку з тими, з ким нам комфортно, з ким нам цікаво. Так само ми підбираємо собі платформи і сайти. Ми можемо і так 100% буде, що якщо ми будемо до багатьох соціальних мереж і сайтів під'єднані, то в межах цих платформ ми шукаємо все-одно те, що нам цікаво.*

Інтерв'юер: Які основні проблеми пов'язані з СППП існують зараз в українському суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати?

Експерт: *Я думаю, що проблем є дві. Перша – це чорна мітка на політичній темі. Це велика проблема, яка відбивається і на інтернет і поза інтернетом. Друга – це пасивність стосовно політичної тематики. Ці проблеми між собою пов'язані, оскільки політика – це щось таке не дуже чисте, м'яко кажучи, то для чого тобі «маратися». З іншого боку, немає довіри до того і всього, що з цим пов'язано. Як це можна подолати? Скажу чесно, що насправді тут нічого не попишеш, крім того, що, мені так здається, мати позитивний досвід політичної діяльності. Причому позитивний в плані результативності. Не позитивний, наприклад, що я там став головою ОТГ і мені дуже сподобалось. Ні, 100% ні. Позитивний в тому плані, що я став і мені вдалося те і те зробити. Насправді такі люди є. Наприклад, Садовий, хоча до нього в мене багато претензій, але це не випадково, що він вже стільки років переобирається мером, в нього є аргументи для цього. На фоні інших він успішний. Тобто зняти чорну мітку з політичної теми, яка існує в цілому суспільстві. Треба просто пробувати позитивні кейси. Наприклад, містечко, в якому я живу, дуже маленьке. Там був дуже хороший мер, потім воно приєдналося до Львівської ОТГ і сама міська рада зникла, але самого мера люди готові були просто розцілувати, бо він направду багато зробив. Це був успішний кейс. Нікому не прийшло в голову звинувачувати його в чомусь взагалі. Хоча я думаю, що там були якісь відкати, в мене нема ілюзії, що він був кристально чистий і взагалі якоїсь корупції не було. Ні, напевно, що була. Але нікого це не цікавило, тому що кейс був успішний. Навіть якби хтось почав проводити розслідування і виясняти скільки вкрали, то це було б не цікаво, бо мер успішний і все і довіра на рівні місцевому була б відновлена.*

Інтерв'юер: Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?

Експерт: *Якби я знала (сміється). Ви знаєте, я думаю, що студентська молодь живе в інтернеті великою мірою, але пасивно. Для того, щоб вона була там активною…хоча вона є активною, до якоїсь певної межі в рамках своїх потреб. Умовно кажучи, якщо людина собі шукає курси для підвищення рівня англійської мови – це ж є активність насправді. Це для саморозвитку така мотивація. Якщо йде мова про соціально-політичну активність в інтернеті то тут без оцього підвищення рівня довіри до політичної сфери нічого не буде. Інтернет просто як засіб, новітній засіб, яким користується молодь. Потрібно, щоб була довіра до політичної сфери і до учасників суб'єктів цього політичного процесу. В нас зі студентами були теми про ОТГ і студенти, які приїжджали з різних куточків України розповідали про свої досвіди. Насправді, вони були дуже активними у своїх ОТГ. Якщо це маленькі містечка або села, то молоді є не так багато і бажання молоді долучитися до свого маленького локального рівня, якось його покращити, підвищити рівень в інтернеті насправді був дуже великий. Якщо в них буде відчуття того, що вони можуть це змінити, а також бачити інструменти як це поміняти, тоді я думаю, що і в інтернеті ця активність зросте. Мені студенти говорили, що у вайбер-групах або в інших месенджерах, де вони спілкуються по потребах ОТГ, там такі батли відбуваються, що запідозрити їх в пасивності політичній ніяк не приходиться. Якщо помітно, що їхня точка зору і їхній вклад є потрібен, то я думаю, вони були би готові щось внести.*

Інтерв'юер: На цьому все. Дякую Вам за відповіді!

Транскрипт інтерв'ю №6

Код інтерв'ю:
№6-м.Луцьк-44 р-жінка- політолог/викладач

Дата проведення інтерв'ю: 29 грудня 2021 р.

Місце проведення: Україна, м. Львів – м. Луцьк.

Тривалість інтерв'ю: 1 година 17 хвилин.

Форма проведення інтерв'ю: дистанційна.

Мова інтерв'ю: українська.

Інтерв'юер: Мишок Р. Р., аспірантка кафедри СР, ІГСН, НУ «ЛП».

Особа експерта: докторка політичних наук, декан факультету міжнародних відносин, професорка кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу Волинського національного університету імені Лесі Українки. Захистила докторську дисертацію на тему «Політико-системний вимір інформаційної демократії». Авторка понад 150 публікацій, у тому числі навчальні посібники з грифом МОН України, монографії, навчальні-методичні праці, структурні частини у навчально-методичних посібниках, колективних монографіях та словниках-довідниках, публікації у фахових виданнях, статі у збірниках, тези доповідей з питань інформаційної безпеки, гібридних війн, інформаційної демократії, використання ІКТ в освітньому процесі, інформаційного забезпечення діяльності органів влади та місцевого самоврядування.

Обставини інтерв'ю: експертка співпрацює з кафедрою СР, тому домовитися про інтерв'ю не викликало труднощів. Інтерв'ю проводилось на платформі ZOOM. Експертка на час інтерв’ю перебувала вдома.

Загальні враження від інтерв'ю: Бар'єрів під час комунікації не виникало, за вийнятком опосередкованого спілкування. Труднощів технічного характеру не було. Спілкування було відкрите, експертка відповідала охоче. Експертка не відходила від теми, відповідала чітко, лаконічно та вичерпно.

ІНТЕРВ'Ю

Інтерв'юер: Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?

Експерт: *Найперше, що мені спадає на думку, коли ми говоримо з вами про молодь, то кліктивізм. Тобто тоді, коли людина натискає кнопку і тоді людина рахує, що вона долучилась до якоїсь події. Це такий диванний варіант поведінки, тому що її важко назвати поведінкою. Людина собі відпочиває і під час перегляду стрічки це може бути абсолютно випадково, може бути свідомо, але найбільший відсоток, як на мене, трапляється через те, що людина бажає бути причасною до якоїсь події і під час перегляду може там клікнути і вона вже рахує, що долучилась. Це найпростіший варіант, якщо ми говоримо про студентів. Це характерно не тільки для студентів. Багато фахівців, які переглядають стрічки, припустимо, інтернет-новин, можуть ставити вподобайку тільки через те, що є повага до певної людини, яка розповсюдила цю інформацію. Це абсолютно не означає, що вона підтримує ту позицію, яка проявляється. Для мене критерій основний, от якщо їх поділити на критерії, то перший критерій – бажання бути долученим до якоїсь важливої справи, важливої події, яка відбувається; другий критерій – виявити таким чином якусь повагу, до тої людини, яка розповсюдила; третій варіант такий абстрактний. Нещодавно побачила таку фразу в інтернеті: «Якщо ви хочете нагадати про себе, то поставте вподобайку під якоюсь там фотографією». Тобто для того, щоб нагадати про себе. Такі от три критерії, коли людина намагається себе проявити в інтернет-спільноті.*

Інтерв'юер: Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?

Експерт: *Якщо ми говоримо з вами про соціально-політичну, то у мене вона відокремлюється від громадянської. Це дві різні. Чому? Тому що так як людина поводить себе в соціумі і може озвучувати свою позицію стосовно політичних подій, які відбуваються або вподобання, прихильність до якоїсь політичної сили чи політичного діяча і громадянська позиція – це для мене трохи різні речі. Суто соціально-політична – це так як я себе веду в суспільстві, а громадянська – це наскільки я можу проявити себе в цьому суспільстві. До прикладу, якщо у нас на останніх виборах були чітко сформовані два табори: один табір, який підтримував Зеленського, другий – Порошенка. Яким чином проявляли себе ці групи: одна проявляла себе агресивно, використовуючи жарти доречні і недоречні, інші намагалися апелювати до якихось конкретних речей, конкретних дій, які вчинив той чи інший політик. Це перший момент. Другий момент – прояв такої поведінки характеризується для мене напевне рівнем освіченості тих людей, які висловлюються в інтернеті. Наприклад, я не можу собі дозволити, як би мені той чи інший політик не подобався, якимось чином його ображати чи переходити на так звані жарти «нижче поясу», те, що може ображати гідність людини. Ми можемо обговорювати якимось чином ту позицію свою з позиції діяльність-бездіяльність. А є позиція чи поведінка, коли людина, знову таки, висловлює свою думку, але при цьому абсолютно не орієнтуючись в*

тому чи образить те, що вона сказала чи написала відповідно до цієї людини. Такий от величезний розрив в інформаційній грамотності, в тому, що ти можеш собі дозволити і що не можеш. Тому соціально-політична інтернет поведінка – це, наприклад, чи можу я розповсюджувати у себе на сторінці жарт про того чи іншого політика якщо він абсолютно брудний, абсолютно не зовсім коректний. Це одна справа. Друга – коли є заклик зібратися на майдані і так далі, і я це можу не коментувати, можу не проявляти активність в інтернеті, але я збираюсь і йду. Це для мене дві різних поведінки.

Інтерв'юер: Зважаючи на критерій рівня активності в інтернеті, які типи поведінки користувачів Ви можете визначити?

Експерт: *Є в нас групи людей, які живуть в інтернеті щогодини, ті які абсолютно переглядають стрічку і вони в курсі всіх подій. Відповідно їхню реакцію на ті чи інші події ми бачимо щодень, щохвилини, щогодини. Є ті, які заходять раз на тиждень. Те як вони проявляють свою позицію дуже важко прослідкувати, тому що це не має періодичності, це випадкові звернення. Тому напевне це три типи поведінки: активні користувачі (щоденні, щохвилинні), пасивні користувачі (які можуть тільки переглянути, але не брати участі), є такі, які, в залежності від того подобається чи не подобається, тоді вони й проявляють свою дію по відношенню до інформації.*

Інтерв'юер: Які, на Вашу думку, інтернет-практики користувачів можна віднести до активної СППП? Чому саме?

Експерт: *По-перше, це коли ми самі створюємо цей контент, коли висловлюємо свою думку. Другий варіант, тоді коли ми є активними коментаторами, коли ми залишаємо свої коментарі під певною подією, але при цьому займаючи якусь активну позицію. Третій варіант, коли ви ставите вподобайку чи невподобайку, різні варіанти і тоді, відповідно, таким коротким своїм штрихом…До речі, коли ми говоримо про такий варіант, є ще варіант такої інтернет-активності чи навпаки інтернет-пасивності – слактивізм. Тоді коли є нероба, я лежу на дивані і ніби я причетний до якихось важливих подій в житті країни або світу. Це чи моя активна позиція, коли я сам створюю контент, сам, відповідно, намагаюсь викликати реакцію суспільства на ту чи іншу подію. Тоді, коли я просто прокоментую, тобто підкреслю свою належність до цієї групи або свою прихильність до цієї думки. І третій – просто вподобайка.*

Інтерв'юер: Що, у Вашому розумінні, означає бути пасивним в сенсі проявів СППП?

Експерт: *Перше, коли ти абсолютно не цікавишся тим, що відбувається. Є така відома фраза: «Найстрашніші люди ті, які залишаються байдужими в тяжкі часи». Тоді, коли, що би не сталося в країні – чи це з жертвами, чи без жертв, руйнує систему, чи руйнує країну, тобі все-одно, ти залишаєшся на своєму дивані, не рухаєшся. Навіть оцей слактивізм, просто натиснути і ніби проявляє якось, але так само це може бути пасивним, тому що реально ти ні на що не впливаєш, ти сам себе втішаєш, що ти ніби то активний діяч. Недаремно говорять «диванні експерти». Тоді ти просто свої роздуми висловлюєш, але при цьому активності від тебе не*

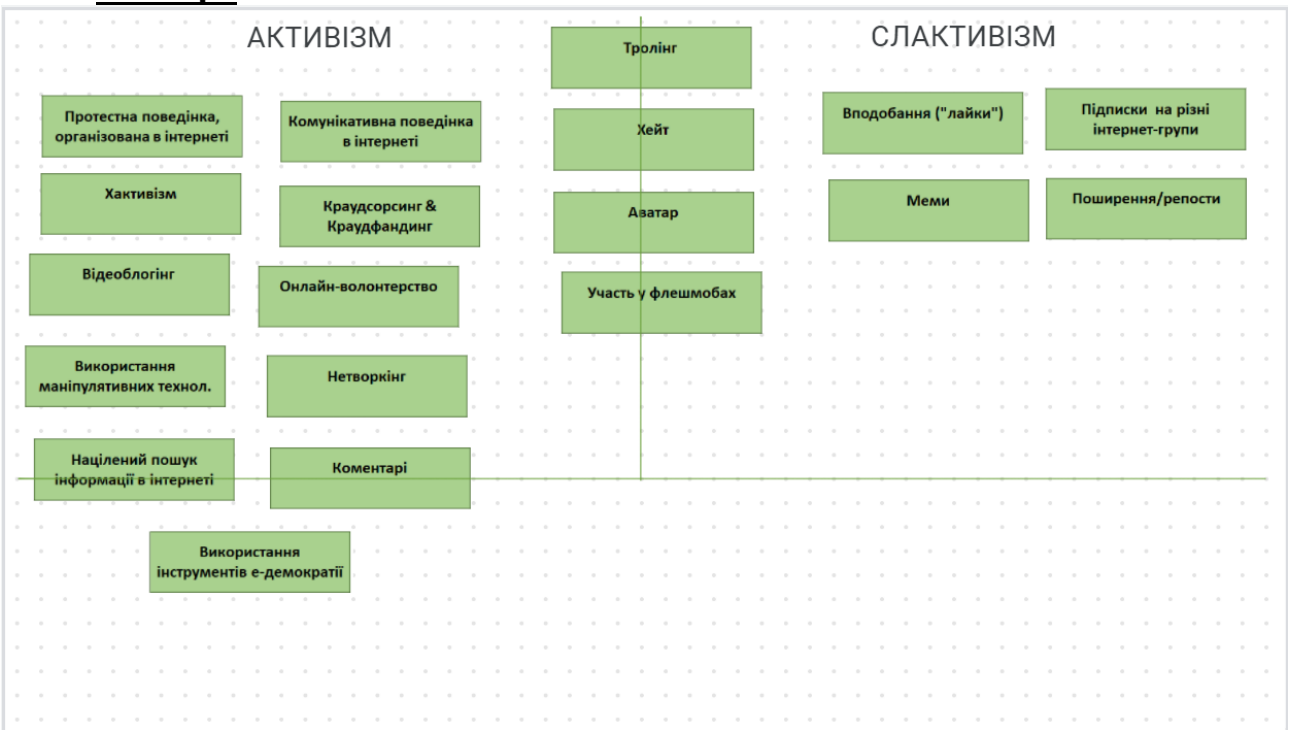
бачать. Просто це ніби хвилинний прояв. Хоча, помічали іноді якщо є якась новина розміщена і хтось її лайкає, ти бачиш, що твою подію хтось лайкнув. Але якщо раптом під цим іде обговорення і це обговорення переходить в русло негативне, то потім хтось прибирає свої лайки. Це теж така позиція «Я ніби нічого такого не зробив», але той, хто відслідковує цю новину бачить, що спочатку ти це підтримав, а потім ти намагався спригнути з цього.

Інтерв'юер: Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?

Експерт: *Слактивізм у нас від «нероба» - це той хто переважно сидить на дивані і намагається видати це таким чином за громадську активність. Ми не можемо говорити про те, що слактивізм – це активність. Це пасивність, яка відбувається для свого власного заспокоєння. Ніби то ти береш участь в громадському житті, ти береш участь в політичному житті, але це абсолютно не означає, що ти розповсюджуєш якісь принципові речі чи ти створюєш, породжуєш контент, який хвилює більшість населення, який може навіть викликати позитивну/негативну реакцію. Тобто тобі не потрібно, щоб реагували на твої думки, на твою точку зору. Це суто для свого заспокоєння, що ніби то я беру участь у важливих справах своєї країни чи свого міста. Для мене це пасивний вид.*

Інтерв'юер: Спробуйте класифікувати запропоновані форми СПІП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СПІП Ви могли би додати до запропонованих.

Експерт:



Для того, щоб когось тролити треба все-таки якусь дію вчинити. Тролінг і хейт плюс-мінус подібні по змісту, але я не можу сказати, що це активна позиція, або навпаки слактивізм. Для того, щоб протролити і

прохейтити треба якусь інформацію мати, зібрати і видати це як своє негативне ставлення до чогось.

Щодо аватару, то деколи можна себе виразити і через аватару. Досить часто, коли ти отримуєш повідомлення від студентів, ми працюємо в Тімсі, то там постійно є аватарка студента. Зазвичай, хтось там собі котика, собачку ставить, хтось якусь круту машину, а є такий, який поставив собі Нельсона Манделу. Відповідно, він не може собі просто так поставити Нельсона Манделу на аватарку замість себе. З одної сторони – це ніби його інтелектуальна дія, він для себе це визначив. Але сказати, що це активне проявлення важко. Це і не так, і не так.

Щодо участі у флешмобах. Знаєте, якщо це ніби «невже вам шкода розповсюдити якусь інформацію?», то людина просто бере і перерепощує. З іншої сторони, якщо ми говоримо про той Ice Bucket Challenge, то це треба було все-таки піти, зробити певну дію і чимось її обґрунтувати для чого ти це робиш.

Якщо створення мемів, то можна до активізму, якщо ні – то слактивізм.

Інтерв'юер: На Вашу думку, яка СППП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства?

Експерт: *Я вам наведу приклад. Тоді коли сталася перша Помаранчева революція все-таки таку активну роль грала молодь і студентство. Вони активно себе проявляли, вони активно розповсюджували інформацію, вони активно збирались на майданах. У нас знаю цим активно опікувалась молодь. Тоді у знайомої дочка, якій на той час було 15 років, після цих подій казала: «Мам, ти от казала, що ми не такі як були ви, що ми зараз дуже ліниві, нам нічого не потрібно, нам би тільки інтернет і телефон крутий, і десь по вулиці погуляти. От бачиш які ми виявились. Ми піднялися, ми допомагали, ми брали активну участь». Потім прийшло на зміну розчарування Помаранчевою революцією. Потім події доходили до Революції гідності і та сама сім'я, та сама мама казала: «Ви знаєте, напевне після того, що ви побачили скільки ви в це вклали і потім ви не отримали таку реакцію зворотну, не отримали те, на що розраховували, вас ніхто не зможе підняти з місця і знову змусити зробити ті самі речі, той самий Майдан, висловити свою точку зору». Дочка трохи і погоджувалась з тим, що мама казала, бо вона вже стає старшою, проходить між двома революціями 10 років як не як, якщо їй було 15, то їй 25, відповідно вона вже більш зріла. Тоді, коли починаються події Революції гідності і вони знов починаються зі студентів, знов починаються з активної молоді то вона казала «Бачиш, мамо, а ти казала, що нас ніхто не підніме, бо ми розчаровані…». Завжди з'являється це нове покоління, яке настільки жорстко не стикалося з якоюсь такою несправедливістю від того, що вони не реалізували того, чого вони хотіли і все-одно вийшло так, що студентство знову піднімається для того, щоб якимось чином захистити себе, свій вибір. Можливо це певний романтизм молоді. Але чи можна молодь підбити на якісь активні практики, я думаю що можна. Тому що постійно з'являється нове покоління, яке все-таки вірить, що щось змінити можна в цій країні. Для переважної більшості, може відсотків 70, це пасивні практики – я почитаю,*

поговорю, пообговорюю і так далі. Але зазвичай рухають будь-які події нехай навіть 5% тих активних. Думаю, що 70% будуть пасивні і 30% активні практики.

Інтерв'юер: Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СППП?

Експерт: *Освіта однозначно. Стикалася буквально останнім часом. Ми всі, які працюємо більш-менш в гуманітарній сфері, говорили про те, що у нас проблеми з освіченістю в плані громадянської поведінки. Тоді коли дисципліни цього спрямування пустили на вибір, то зробили рівнозначними політологію і пілатес. Відповідна більша частина студентів вибирає пілатес, тому що оцінку вона отримає таку саму, там вона отримає якесь задоволення, а тут треба докластися. Так само соціологія і соціокомунікативні технології поставили на противагу з фізичною культурою – ти можеш піти або на фізкультуру або на такі дисципліни. Тобто якщо ці дисципліни не вводити як обов'язкові, не маючи оцієї бази, відповідно людина не може реалізувати себе і бути політично грамотною, політично підкованою і відповідно реалізовувати себе. Для мене, в першу чергу, це однозначно освіта. Такі речі як соціологія, політологія мусять бути в навчальних планах, тому що це базові речі, які формують громадянську позицію.*

Інтерв'юер: Якими диспозиціями (особистісними рисами) має володіти користувач для реалізації активної СППП?

Експерт: *Коли ти бачиш якусь суцільну несправедливість, коли ти бачиш, що когось образили, це такий внутрішній стан, коли тобі шкода когось. Це такі особисті риси, які змушують співчувати комусь, бажання допомогти і бажання все-таки залишитись в своїй країні, не виїжджати закордон. Все-таки не втрачається ця мрія, ідея, що можна побудувати тут все правильно і колись там таки здолати ту корупцію і зуміти реалізувати себе. Тобто це внутрішня мотивація, того чому ти хочеш чинити певну дію: тому що мене не задовольняє те що є, тому що я хочу трохи більшого. Знаєте, досить часто говорять, що треба в політиках щоб була якась така негативна річ або треба давити на жалість, коли людина тебе шкодує, так як деякі діячі на візочках інвалідних виїжджають і так далі. Тобто треба викликати до себе співчуття і тоді людина тебе пошкодує, поставить навпроти тебе галочку і обере тебе до якогось органу влади. Внутрішня мотивація – це найбільше.*

Інтерв'юер: Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СППП?

Експерт: *Справедливість, рівність, бажання незалежності, бажання втримати суверенітет, бажання реалізувати самого себе. Це такі речі, які закладаються з самого початку у маленької дитини, коли ти починаєш її виховувати і говориш, що це добре, а це погано. Якщо ти їй говориш, що бути повновладним у своїй державі, вміти зорієнтуватися, реалізуватися, вміти розбиратися в якихось процесах соціально-політичних, тоді виховується покоління, яке хоче щось змінити в цій країні. Тобто внутрішнє бажання змін напевне, якщо підсумувати.*

Інтерв'юер: На Вашу думку, яким є рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СППП?

Експерт: *Все залежить від того, чи все, що ти робиш приносить результат. Якщо ти з чимось незгодний, ти піднімаєш якусь хвилю і ти бачиш результат, що з тобою погоджуються, тебе підтримують – це тебе мотивує рухатись далі і далі. Тоді, коли ти якусь дію спровокував в інтернеті, проявив якусь активність, але ти фідбеку не отримав, тобто немає цієї підтримки, то, відповідно, твоя мотивація і твій рівень самооцінки знижується і знижується. І ти вирішуєш, що наступного разу я краще не буду влазити взагалі в це питання, я собі промовчу і буду пасивним спостерігачем того, що відбувається. Тобто, в залежності від того наскільки отримується позитивний чи негативний результат від тої активної дії, яку ти проявив. Дуже часто, говорячи молодіжним сленгом, ти «обламався», пару раз виставив щось і тебе висміяли чи, припустимо, навіть якщо хороша річ просуваєш, але це ховання за різною аватаркою, коли ти можеш своє реальне життя не виставляти і навіть обличчя своє реальне не виставляти, і прізвище давати не своє, ти можеш якимось чином свою внутрішню жовч свою висловити, то відповідно людина не буде знати наскільки ти щирий/нещирий. Рівень активності від такої нереалізованості все більше і більше падати і ти з активного користувача стаєш слактивістом.*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів детермінують прояв слактивізму?

Експерт: *Одна велика – лінь. Знову ж таки, я наголошу, що для мене слактивізм – це самозаспокоєння. Тоді, коли реально я нічого не роблю, але щось розповсюджую, комусь там лайкнув, або, наприклад, ви бачите сторіночку і поставив плюсика і вже спокійний, бо ніби долучився, може навіть комусь цим допоміг і я сам себе цим втішаю. В загальному, це така велика лінь, яка навіть не може тебе підняти з дивану, для того, щоб зробити якусь річ. Якщо тобі там треба допомогти людині, ну хвора дитина, треба розповсюдити інформацію, то ти не йдеш перерахувати якісь кошти або принести тій дитині солодощі і так далі, ти просто розповсюджуєш ту інформацію, ставиш плюсик і собі в карму поставив «зачот».*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів можуть спричинити прояв пасивної СППП?

Експерт: *Якщо людина слабка духом, чутлива до чужої думки. Якщо людина не впевнена і переживає як сприйметься та подія, інформація, яку вона подає. Знову ж таки, це залежить від виховання – наскільки батьки впевнили дитину в тому, що вона може вільно висловити свою точку зору. Навіть якщо ти отримав негативну реакцію, це треба сприймати абсолютно адекватно, тому що чим більше ти ображаєшся, тим більше неконструктиву в твоєму житті. Абсолютне несприйняття критики, знову ж таки, б'є по самолюбству. Тобто внутрішня уязвимість до зовнішньої думки, зовнішніх коментарів.*

Якщо ми говоримо з вами про особистісні риси, то ми говоримо про сприйняття особою себе і як її сприймає світ. Коли ми говоримо про те,

наскільки нас може захистити держава, наскільки вона може забезпечити тобі елементарну свободу слова, свободу віросповідання і так далі, тоді ти можеш віддавати щось цій державі. В нас є така фраза, ви теж напевне чули її неодноразово: «Мені держава нічого не дала, тому я їй нічого не винен». Винен, тому що ти народився в цій державі, тому що тебе виховували, в тебе закладали і ту історію, і ту культуру. Оця от ментальність нікуди не дівається. Повертаємось до освіти, якщо є освіта, є основа, яка закладає фундамент в молодій людині, то напевне вона не буде боятися таких зовнішніх проявів і чужої думки стосовно тої інформації, яку вона розповсюдила.

Інтерв'юер: А як щодо довіри і її впливу на прояви СППП?

Експерт: *Знову ж таки на прикладі. В мене свекруха старої радянської закалки. Людині 80 років. Для неї все те, що написано в газеті, в друкованому ЗМІ – це прирівнюється просто до ідеальної речі. Якщо це написано в газеті – це 100% правда і там не може бути ніяких варіантів. Якогось дня вона отримала газету і на останній сторінці рецепти є, хоча це не соціально-політична, але все ж, і там написано, що треба додати 2 кілограма солі. Там мало бути 2 столові ложки. Ми всі їй доказували, що це є малесенький елементарний приклад, що абсолютно всьому, що написано в газеті довіряти не можна. Треба все це перевіряти. Коли ти розумієш, що це абсурд, тоді рівень довіри падає. Але старшого покоління для сільського населення те що в нас пишеться в друкованих засобах масової інформації залишається незмінним, газети можуть залишатися величезне кількість часу, тому що це для них важливо і це викликає більший рівень довіри. Знову ж таки, та сама свекруха нещодавно почала опановувати для себе інтернет. Вона залізла у вікіпедію. Перший її тиждень – це ж можна знайти все на світі, це ж можна побачити все на світі. Отакий в неї сумбур був до тих пір, поки вона не прочитала про те, що померла Алла Пугачова (сміється). Для неї це стало подією, яка зупинила її маршрут весь по інтернету, бо «Як це так? Як так можна було написати? А чого ж люди не думали перед тим як таке писати? Для чого це все?» Ці от два моменти, коли людина стикається з тим, що вона сама поставила під сумнів те, що вона однозначно знає, що це неправда. Коли вона чим більше зустрічає оцієї такої недостовірної інформації, тим менше вона довіряє ЗМІ. В нас телебачення володіє безапеляційним атрибутами маніпуляції і такою владою над головами людей, що я іноді дивуюсь, напевне їх треба було виключати взагалі в якісь моменти. Недаремно, коли в нас був путч в 90-х роках, включали «Лебедине озеро». Тоді, можливо, коли менше інформації знали, реагували менше. Тоді, коли в тебе величезний об'єм інформації абсолютно постійно її треба ставити під сумнів. Але якщо в тебе немає цієї такої підкованості, якщо в тебе немає медіаграмотності, немає політичної орієнтованості того, що відбувається в світі і ти не можеш зорієнтуватися в цих процесах, то ти не зможеш відрізнити чи проаналізувати чи це правдива чи неправдива інформацію. Поки на сьогоднішній день рівень довіри залишається досить високим.*

Інтерв'юер: Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СППП? Які є типи цих ресурсів?

Експерт: *Першими виділимо суто технічні ресурси. Це елементарно телефон сучасної моделі, бо про кнопочні ми уже взагалі не говоримо, хоча частина досить активно ними користується. Це ноути, комп'ютери, тобто технічна сторона. Друге – це, знову ж таки, освітні ресурси. Тоді, коли ти висловлюєш свою думку, ти маєш знати про що ти говориш. Коли той самий студент не може розрізнити і сказати тобі що таке форма правління і що це мається на увазі, але при цьому жваво обговорювати, що монархія не потрібна і так далі. Коли ти навіть не можеш противагу їй назвати. Напевне два типи – суто технічні і такі от морально-освітянські.*

Інтерв'юер: Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?

Експерт: *Якщо людина хоче знайти інформацію, вона гаджет собі знайде. Прикладом є Естонія з її електронною демократією, там де є старше покоління, яке не має можливості вдома мати того комп'ютера чи не має вмінь, які потрібні, у них величезна кількість таких центрів для старших людей, які відкриті при бібліотеках. В їхньому уявлені – це старий осередок інтелекту, культури, освіти, туди, куди вони йшли в молодості за знаннями, за книжками. Вони зараз так само підуть в ту саму бібліотеку, але в них воно зараз зовсім в іншому вигляді, їх там вчать електронної грамотності. Відповідно технічний ресурс вони можуть отримати де завгодно. Тому для мене все-таки важливішим є цей другий морально-освітній ресурс, те чого людина не може здобути просто так. Так, є речі, які в тобі закладаються з дитинства твоїм характером: ти впертий, ти наполегливий, ти хочеш жити саме в цій країні, ти хочеш висловлювати свою позицію саме про цю країну, ти хочеш змінити щось в устроях, в органах влади, в сприйнятті державного службовця саме в цій країні. Є те, що ти отримуєш в результаті освіти і свого виховання. Тут відповідно сім'я, школа, університет відіграють величезне значення, тому що вони працюють з отим таким «тістом», допомагають сформувати виріб вкінці який вийде. В залежності від того, як школа, як університет сформує знання, уявлення про те, як функціонує цей світ, залежить як буде сприйматися людиною його подальша доля і доля його країни.*

Інтерв'юер: Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СППП ?

Експерт: *Я от згадую все що останнім часом в інтернеті бачила і читала. Батькові Дід Мороз передав двом діткам подарунки. Одному приносить телефон, а другому – якусь книжку. Одна дитина говорить: «Як класно, так люблю айфон! Якраз мені батько від Дід Мороза передав телефон». Другий бере книжку і каже: «Як класно! Так люблю тата. Добре, що він в Дід Мороза сам попросив мені книжку». Тобто залежності від того, що тобі заклали і що тобі важливо. Якщо важливим є матеріальний дохід, то не факт, що з дорогим гаджетом ти будеш відслідковувати політичні події в житті твоєї країни і брати активну участь в житті своєї держави. Дохід*

на це вплинути абсолютно не може. І ще, чомусь таке власне спостереження, коли людина є самодостатня, реалізована не в плані доходу і не в плані який гаджет вона може собі дозволити щоб слідкувати за політичним життям, чим вищий рівень освіти вона має, чим краще вона орієнтується в тих процесах, що відбувається, вона є більш великодушніша, гуманніша. Вона набагато більше може пробачити іншим людям, ніж ті, які, припустимо, все життя не мали тих грошей і не купили того гаджета. Він стає тим інструментом, за допомогою якого він може принизити когось іншого. Вплинути на реалізацію своєї функції можна це зробити і на дешевому гаджеті, можна і на дорогому. Залежить тільки від цього другого ресурсу, про який ми говорили, моральність і освіта.

Мені дуже шкода, що у нас рахують, що сільські люди набагато менше чимось цікавляться. Так, в них просто немає часу. В них дуже багато роботи, вони просто викладаються настільки, що прийти ввечері ще й довго розмишляти про те, що сталося в країні і так далі, то рівень активності близький до слактивізму і навіть цього для них достатньо. Але це не через те, що вони в селі менше отримують інформації. Просто вони набагато більше працюють і в них немає можливості цілий день посидіти в інтернеті, бо він розуміє, що від того залежить чи може він прогодувати свою родину, чи запаси на зиму зробити і так далі. Величезний прошарок сільського населення в нас дуже сильно зайнятий тим як забезпечити матеріальне, відповідно, вже до духовних речей або патріотичного виховання просто справа не доходить.

Молодь не хоче залишатися в селі абсолютно. Їм мало інформації, їм мало місця розгулятися не в плані там дискотек, клубів і так далі, а де можна себе проявити. Вони виїжджають в більші міста, де є більші можливості і можна більше заробити, і відповідно більше знати. Тоді, коли вони повертаються, вони розуміють наскільки вони обмежені, розуміють який у нас великий розрив між селом і містом. Якщо ми їдемо закордон, то такі люди стараються жити в маленьких містечках, маленьких селах, або селах біля великих міст. Тобто вони не мають такого розриву, який є у нас. Звісно молоді хочеться жити краще, отримувати кращі умови.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Скажу зовсім непопулярну річ може. У нас досить часто сприймають вищу освіту як тільки можливість отримати професію, отримати можливість зайняти якусь посаду і так далі. Є ще таке розуміння, зазвичай для європейських країн, ти здобуваєш освіту для того, щоб мати уявлення про світ, для того, щоб підвищувати якийсь свій рівень. Не має значення чи ти потім будеш перукарем, чи ти будеш кухаром, вищу освіту здобувають, щоб мати, як вам сказати, трохи вищий рівень уявлення того, що відбувається в житті. Це зазвичай не освіта для роботи, не освіта для статусу, не освіта для професії, а для свого власного розвитку. Якщо ми говоримо про цей університет третього тисячоліття (університет третього віку – Р.М.), тоді коли старші люди ідуть знову вчитися. Вони ж*

це не роблять для того, щоб реалізовуватись далі в професії. Вони це роблять для того, щоб мати уявлення про світ. Тому для мене чим більше людина має от таких от реальних знань, чим більше вона вчиться, чим більше читає, знає мов, то її статус визначається от цим такими характеристиками – чим більше вона їх має, тим більше вона може собі дозволити доносити свою думку в інтернет-спільнотах, тим більше вона незалежна від думки оточуючих. Так, вона сприймає, може грамотно відповісти на якісь там зауваження чи якісь там пропозиції сприйняти. Але не буде агресивного сприйняття ставлення до себе. Йому не потрібно нічого доказувати, йому не потрібно нічого відстоювати, є його позиція і вона на чомусь ґрунтується, бо він має відповідні знання, він має якусь освіту, і він може про це говорити. Чим вища освіта, тим вища інтернет-активність. Чим менша освіта, то відповідно, для мене, більша схильність до слактивізму і такої пасивності.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Досить часто у нас блогери, коли хочуть підкреслити свою вагу у віртуальному світі, хизуються кількістю підписників. Чим більше підписників і чим більше людей хочуть слідкувати за цією людиною, то тоді вона надає користувачу більшу впевненість. Ми бачимо, що наші політики, державні діячі, маючи величезну кількість підписників, рахують, що всі ці люди їх підтримують. Але це не означає, що якщо у вас є 1000 підписників, що всі вас підтримують. Хтось може слідкувати за вами тільки через те, що якісь речі у вас нагадують себе. Можливо щось цікаве людина робить, за цим цікаво спостерігати, але це не означає, що вона абсолютно підтримує це. Я думаю, що чим більше підписників в користувача, тим більш активно він буде висловлювати свою позицію. Дуже шкода, що у нас досить багато людей, які знаходяться при владі і знаходяться при досить великих посадах і не мають відповідної підготовки, крім Трускавця, скажем так, і дозволяють собі висловлюватись в офіційному інтернет-просторі і це сприймається як якась там офіційна позиція чи офіційна точка зору. Хоча людина може це висловити від себе і це не означає, що це його офіційна позиція. От така от підтримка талпи дає можливість відчувати себе безнаказаним і висловлюються речі, які є абсолютно неприпустимі.*

Інтерв'юер: Яку роль у реалізації користувачами СППП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова?

Експерт: *Громадянська освіти – це коли ми з вами говоримо, знову ж таки, про те, що мусять бути дисципліни, які вивчають і студенти, і школярі, для того щоб елементарно реалізувати своє право вибору. Коли я запитую студентів чи голосували, то вони голосували, але як голосували? Ну пішов із мамою, дивився що вона робить і робив так само. Я розумію, що є авторитет батьків і це до нього треба прислухатися, але це не має бути «Мама так робить, тому роблю так і я». Це має бути твоя позиція і вона має ґрунтуватися на чомусь. Ти маєш розуміти, що в тебе є таке право і ти маєш його реалізовувати. Ця малесенька книжечка Конституція, про яку в нас*

говорять, що вона найдосконаліша з європейських, в неї найбільше прав, які даються громадянину, її треба просто сісти і хоча б раз прочитати для того, щоб розуміти які в тебе є права, а не розказувати, що це моє право висловити свою думку і так далі. Свобода людини завершується там, де починається свобода іншої людини. Якщо би в нас більшість це розуміло, то було би просто замечатільно.

Загальна освіта – це зрозуміло. Ми з вами уже говорили. Чим вищий рівень освіти, тим людина може дозволити собі висловлювати свою точку зору і розуміти, що вона може на рівні з іншими конкурувати, висловлювати свою думку і обґрунтувати її. Тому що просто висловити якусь позицію, бо я так хочу – цього нема. Має бути певне обґрунтування і без освіти ти навряд чи це зробиш.

Цифрова освіта. В мене, наприклад, дуже багато курсів, які стосуються цифрової грамотності і дисертаційна робота, яку я писала, стосувалась інформаційної демократії. Тобто, це яким чином людина може реалізувати свої права за допомогою електронного врядування, інформаційної демократії. Ті самі електронні урни, електронне голосування, електронний вибір, електронні паспорти. Це те, що може спростити життя населення, але тільки в тому випадку якщо рівень довіри до інструментів цієї *інформаційної демократії є досить високим. Для нашої країни це поки що така абстрактна річ. Ми дуже сильно пишалися тим, що в нас з'явилася Дія – така класна програма і її можна використати. Але, знову ж таки, повертаємося до того сільського населення, яке не має телефонів-смартфонів і вони не можуть скористатися тою Дією. Зараз поклалися на Дію з ковідними паспортами, не приймаємо довідок паперових, перейшли на цифровий формат, але при цьому не можемо забезпечити населення тими гаджетами, цифровими інструментами, які можуть допомогти для реалізації свого ж права. Коли наша талановита молодь, звичайні хлопці зробили повний аналог цієї дії, хоча вони особливо нічого там і не начудили, хоча й могли. З одної сторони, маємо чим пишатися, бо таку річ зробити отак от просто тяжко, але з іншої сторони це абсолютно підриває рівень довіри до того, що робиться в державі. Тобто держава не може захистити громадянина в цьому плані. Тому у нас будуть люди, які, як тільки отримують зарплати на картки, будуть бігти і знімати її в банкоматі, бо бумашка, яка є на руках набагато суттєвіша. Не знаю як будуть використовувати цю 1000, але повірте мені, придумають їй не таке призначення, яке має бути. Чому? Бо не довіряють державі, тому що ці гроші можуть забрати, бо їх просто так дали, просто так можуть і забрати. Це така загальна думка. Тому цифрова освіта має величезне значення, але має значення ще наскільки держава може забезпечити захист, наскільки держава може громадянина вбезпечити від тих загроз, які вона за собою несе. Якщо ти щось пропонуєш, то ти несеш відповідальність за це.*

Громадянська освіта – це взагалі окрема історія. У нас досить мало організацій, які займаються підготовкою молоді. Сказати що це молодь винувата в тому, що вона не бачить. Є, припустимо у нас ці пластуни. Це

просто шикарний аналог і противага піонерам і аналог тих скаутів, які є в Штатах. Вони повністю ґрунтуються на патріотичному вихованні, любові до своєї держави, поваги до своїх батьків, збереження традицій, виживання в якихось екстремальних умовах і так далі. Це такий бекграунд, який для молодої людини є дуже важливим. Але воно має бути настільки цікавим, щоб молодь захотіла туди іти. Тому що заставити ходити на якісь політичні дебати і так далі ти не можеш змусити якщо йому це не цікаво. Не можеш його змусити якщо в нього нема рівня загальної освіти і немає такого підґрунтя, що змушує його це робити. Якщо треба провести в університеті якийсь захід весь факультет знає, що є п'ять, до яких можна звернутися і вони тобі станцюють, вони тобі проведуть дебати. Буквально нещодавно студенти їздили в дитячий будиночок з благодійністю. Завжди є ті, які беруть участь у всьому. А є ті, яких не заставиш абсолютно ніяк. Це має бути цікаво. Треба знайти той інтерес, який змусить молодь в ту громадську організацію прийти. Якимось чином спонукати її до активної діяльності, вставати з дивану і пробувати щось робити самому.

Інтерв'юер: Яким, на Вашу думку, є рівень громадянської та цифрової освіченості сучасної української молоді, зокрема студентства? Чому саме такий рівень?

Експерт: *Зараз про це говорити найважче. Тоді, коли ви писатимете розділ дисертації, ви муситимете писати про те, що два роки рівень громадянської, цифрової, загальної освіти в нас абсолютно наближується до нуля. Тому що онлайн навчання не дає тих можливостей, які ти би міг отримати. Якщо бакалаврат – це 4 роки, з яких ти 2 провів онлайн, то я не знаю, що ми будемо робити з цими фахівцями. Зараз це найбільша проблема, і тому такий рівень низький, бо онлайн-навчання, бо ти не можеш реально спілкуватися зі своїми однолітками, одногрупниками, обмінюватися цією інформацією, тому що в тебе немає цього відчуття колективізму, загального духу студентства. Тобто немає тих речей, які роблять тебе загальним цілим з усіма іншими і тобі би хотілося б рухатися далі. Немає цієї елементарної цифрової культури. Зараз ми з вами з включеними камерами. Зі студентами – це просто суцільна катастрофа. У тебе є 30 чоловік, а реально ти просиш їх включити камери, а вони цього не роблять. Я вже пояснювала, не має значення чи ти там в рушники голову помила, чи ти з чашкою вийди в ефір, бо це елементарна ввічливість, елементарне правило спілкування. На сьогоднішній день перша причина низької освіченості цифрової і так далі – це онлайн навчання. Друга причина напевне – це виховання батьків. Вони налаштовують молодь, налаштовують студентство на те, як спілкуватися з старшими, як спілкуватися зі своїми однолітками. Рівень довіри батьків до держави і те, що може дати держава абсолютно перекладається на дітей, тому що вони кожен день чують це вдома. Якби вони були в суспільство своїх однолітків, хоча б елементарно жили в гуртожитку разом з усіма чи зустрічалися на парах, то можливо обмін між ними інформацією спонукав їх більше здобувати додаткових знань, удосконалювати їхні цифрові навички. З іншого боку кожен студент знає що таке ZOOM, знає що таке Тімс, знає як вийти*

на контакт з викладачем. З іншої сторони, це значно скорочує відстань між викладачем та студентом, бо ти можеш бути в Німеччині і вийти в онлайн, при чому не втрачаєш освітнього компоненту і залишається виконаним, але на якому рівні – це вже зовсім інше.

Інтерв'юер: Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СППП?

Експерт: *Поки ти є студентом, поки ти знаходишся в молодіжному середовищі, кожна кинута фраза, кожна кинута оцінка має величезне значення. Чому? Цей період з 18 до 25 відбувається формування базових закладів: той самий патріотизм, про який говорили, та сама віра в справедливість, те саме досягання позицій в житті через чесні і порядні речі. Тобто абсолютна кожна оцінка має значення і якщо у тебе старшокласники можуть собі дозволити дівчата бити одна одну ногами і ти можеш за цим спостерігати, і ти розумієш, що якщо ти висловлюєш свою думку стосовно події, яка відбулась і ти можеш опинитися завтра на тому місці, звичайно ти нічого говорити не будеш, ти просто будеш глухим і німим спостерігачем, щоб не дай бог тебе не зачіпили цим. Про соціально-політичну сферу взагалі, я рахую, що старші школярі майже не говорять, тому що їм це мало цікаво. Якщо ми говоримо про рівень студентства, то якщо це спеціальності, які не пов'язані з політичною сферою, міжнародними відносинами, з суспільством і вивченням цієї сфери, переважно гуманітарні речі, то я не впевнена чи вони взагалі про таке говорять. Припустимо, я постійно спілкуюся і маю справу з політологами, соціологами і міжнародниками, ті, які мали би найкраще розбиратися в суспільно-політичному житті і як воно відбувається. В мене є одне завдання, яке я даю їм робити і то це все відбувається скріпя бузами. В нас є курс «Аналіз і прогнозування зовнішньої політики». Кожен з групи вибирає собі країну, відстежує її 4 місяці, з вересня, припустимо, по грудень. В кінці вони здають досьє на країну, що відбувалося в цій країні протягом 4 місяців. Це змушує їх щоденно, хоча би раз в тиждень подивитися новини. То це така катастрофа – як це так сидіти і дивитися новини, як це так. Я їм роздаю газети. Ви би бачили реакцію студентів, коли я роздаю їм газети (сміється). «А шо з нею робити?». Я їм кажу – ви маєте зробити контент-аналіз, передивитися, знайти, відслідкувати, порахувати, зробити якісний аналіз. Це такий шок, коли вони отримують газету, але з іншої сторони їм цікаво, бо вони її ніколи не чіпали, її ніколи не брали в руки. Це для них щось таке нова, навіть краще ніж новий гаджет, тому що такої інформації вони ще не отримували. Коли ти їх змушуєш щось робити, як в нас говорять, що на вироблення звички потрібно 21 день, тоді, коли ти протягом вересня постійно наполягаєш, постійно вимагаєш від них обговорення, вимагаєш зворотної реакції, вони мусять якось підживлюватись, десь брати цю інформацію. Відповідно тоді вони починають шукати. Для молоді напевне таки треба цей «кнут і пряник», коли ти змушуєш, тому що бути самому настільки свідомим і шукати політичні новини, шукати якісь дії в міжнародному середовищі або тої самої України, це треба змусити, тоді*

коли воно входить в звичку, ти вже просто до цього звикаєш, починаєш по інерції сам дивитися ці новини. Середовище має величезне значення.

Інтерв'юер: Які, з Вашої точки зору, форми СППП буде демонструвати користувач, який є членом або є долученим до діяльності політичної партії і/або ГО?

Експерт: *З цим я стикалася уже не один раз. В мене є такий приклад. Коли я вчилася, на рік молодше у нас вчився студент, який досить був активним в політичному житті. Він починав з того, що він був в «Національному альянсі». Це націоналістична молодіжна патріотична організація. В силу того, що ми були студенти-політологи, нас завжди відправляли на політичні партії, щоб ми спілкувалися, побачили різні точки зору, щоб могли для себе вирішити кого ми підтримуємо. Починаючи від тих студентських років, за оці 20 років скільки я знаю цю людину, ця людина уже, слава богу, двічі депутат (підсміюється) Верховної ради. Починалася його студентсько-політична кар'єра з того, що це був «Національний альянс», патріотична організація з статутом, з чітким дотриманням правил. Здавалося, що та людина сповідує це досить щиро. На третьому курсі його вигнали за неуспішність і він пішов виконувати далі свою політичну місію. За цей період 20 років напевне що партій 5 він змінив і напрямок від націоналістичного руху до зовсім протилежного табору. Кожен раз, коли людина переходила з однієї позиції в іншу (а починав він ще студентом), він дуже щиро відстоював ту позицію, яка пропонувалася йому тою партією, яку сповідував. Якщо це активний користувач і той, який хоче досягнути щось в політичній сфері, то він буде активно продвигати своє залучення до тої чи іншої партії. Не те, щоб вносити корективи, а напевне виявляти оту свою підтримку і те про що ми на початку говорили – або за допомогою аватарки, або за допомогою стіни, яка позаду користувача, коли він виходить в ефір, він буде якимось чином використовувати оцю от прив'язку. Не знаю чи можуть бути колишні політики, за завжди вони щось говорять з прив'язкою на те, до якої організації чи політичної діяльності вони причетні, відповідно, тим самим підкреслювати свою значимість.*

Інтерв'юер: Яке значення для проявів СППП має приналежність користувача до університетського самоврядування?

Експерт: *Іноді активність тих студентів, які причетні до студентського самоврядування є аж занадто високою, аж зашкалює. Чому, тому що студент отримує реальну владу і він намагається її реалізувати через будь-який інструмент. Тоді, коли до нього звертаються політичні організації, громадські організації для того, щоб він там щось організував, він намагається (він же ш має владу) це все допомогти, організувати і так далі. Така от зовнішня підтримка і зовнішній вплив на студентське самоврядування ми відчуваємо постійно. Скільки раз ми наголошували студентам про те, що незалежно від того, які б це вибори не проходили, це все має залишатися за межами університету. Ти можеш сповідувати будь-яку політичну ідеологію, ти можеш підтримувати будь-яку політичну силу, але це має залишатися за університетом. В нас тоді, коли студент отримує*

владу звісно він нею намагається якось користуватися. Але тут є ще одна зворотна сторона. Тоді, коли викладачі от таких от спеціальностей як наші мають відношення до практичної політичної діяльності, то вони всіляко долучають студентів до цього. Це і агітки, це і комісії, це і якісь спостерігачі, і все що завгодно. Ми максимально самі залучаємо студентів до цього життя, відповідно змішуємо освітній процес і процес виховання політичного діяча. Ті студенти, які, скажемо так, прориваються в самоврядування, розуміють, що це якийсь вихід на якусь посаду, вихід на якусь політичну силу, можливо рух якийсь далі. Тому вони досить активно застосовують своє становище.

Інтерв'юер: Яким чином на реалізацію СППП впливає приналежність користувачів до різних соціальних мереж/платформ/сайтів?

Експерт: *Я думаю, що впливає і впливає досить суттєво, тому що, якщо ми говоримо з вами про Фейсбук, то це більше люди середнього віку, які все-таки включаються в громадські обговорення, включаються в якісь політичні теми і намагаються їх обговорити. Якщо ми говоримо про Інстаграм, то це більш молодіжна сфера, яка дає можливість не заморочуватись стосовно змісту, достатньо всього лише зображення, відповідно це зображення пропагувати. Якщо ми говоримо про закриті наші групи, про Однокласники, то це, знову ж таки, старше покоління більше цікавило, там не треба багато думати, не треба висловлювати свою громадянську позицію. Чим менше тексту, тим менше людина реалізує свою поведінку таку соціально-політичну. Там де є обговорення, де є громадська думка, там і є активніші прояви інтернет-активності.*

Інтерв'юер: Які основні проблеми пов'язані з СППП існують зараз в українському суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати?

Експерт: *З того всього, що ми з вами наговорили, основними є, по-перше, це базова освіта, яка допоможе розібратися в тих процесах, які відбуваються, по-друге, це спеціальна підготовка тих людей, які безпосередньо пов'язані з соціально-політичною сферою і які створюють, виробляють цей інтернет-контент, який формує громадську думку. Третя проблема – це проблема цифрової грамотності і забезпечення державою стану захищеності перебування в цьому інтернет-просторі. Відповідно можливість молоді отримувати додаткову освіту у вигляді гуртків, громадських організацій, якихось об'єднань, які допомагають реалізувати соціально-політичну активність.*

Як подолати? Зазвичай говорять дочекатися якихось кращих часів, але в нашій державі чим більше ти чекаєш і кожну наступну владу ти чекаєш, що буде краще, це все таки уходить. Тому напевне треба виховувати дітей власним прикладом. Якщо ти піднімаєш ту бумажку, коли ідеш по вулиці, відповідна дитина піде за тобою так само підніме ту бумажку. Якщо ти йдеш допомагати комусь, то відповідно і вона. Думаю найлегше це робити власним прикладом, а зі сторони держави – це підтримка тих ініціатив, які приносять користь для суспільства і виховання молоді.

Інтерв'юер: Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?

Експерт: *Якщо говорити про активність взагалі в інтернеті то вони дуже активні, і їх скоріше треба забирати з інтернету. Якщо ми говоримо про соціально-політичну активність в інтернеті, то якщо у нас реально молодь не буде впливати на політичне життя, вона не буде брати в цьому участь. Якщо є міністерство освіти і в ньому є молодіжна рада, яка готує документи, готує роз'яснення до законопроектів, готує своє непогодження з кимось або з якоюсь дією, і відповідно на це є реакція і реакція позитивна, негативна – неважливо, але є відповідь, є фідбек. Тоді молодь буде відчувати себе потрібною. Якщо ти щось постійно робиш і в результаті не отримуєш ніякої реакції, то в тебе запал падає і тобі не хочеться цього робити. Тому напевне більше підтримки зі сторони державних структур і молодь буде відчувати себе потрібною.*

Інтерв'юер: На цьому все. Дякую Вам за відповіді!

Транскрипт інтерв'ю №7

Код інтерв'ю:
№7-м.Львів-36р-жінка-журналіст/викладач

Дата проведення інтерв'ю: 9 лютого 2022 р.

Місце проведення: Україна, м. Львів.

Тривалість інтерв'ю: 1 година 14 хвилин.

Форма проведення інтерв'ю: дистанційна.

Мова інтерв'ю: українська.

Інтерв'юер: Мишок Р. Р., аспірантка кафедри СР, ІГСН, НУ «ЛП».

Особа експерта: кандидатка наук із соціальних комунікацій, асистентка кафедри журналістики та засобів масової комунікації Інституту права та психології Національного університету «Львівська політехніка». Викладає курси: «Інтернет-журналістика», «Реклама в ЗМІ», «Інформаційна безпека та інформаційна війна в Україні», «Міжнародні та політичні проблеми в ЗМІ». Наукові зацікавлення: реклама в засобах масової інформації: теоретичний та практичний аспект; новітні джерела інформації; особливості розвитку інтернет-ЗМІ в Україні та світі; методи ведення інформаційної війни; законодавчі основи інформаційної безпеки в Україні.

Обставини інтерв'ю: особистого знайомства з експерткою не було. Інформацію про експертку отримала з її особистої wiki-сторінки. Інтерв'ю проводилось на платформі ZOOM. Експертка на час інтерв’ю перебувала вдома.

Загальні враження від інтерв'ю: Бар'єрів під час комунікації не виникало, за вийнятком опосередкованого спілкування. Труднощів технічного характеру не було. Спілкування було відкрите, експертка відповідала охоче. Експертка не відходила від теми, відповідала чітко, лаконічно та вичерпно. Наводила багато прикладів з власного досвіду, ділилась власними спостереженнями та гіпотезами.

ІНТЕРВ'Ю

Інтерв’юер: Які різновиди інтернет-поведінки Ви можете назвати? Які критерії для типології Ви використовуєте?

Експерт: *Ну напевне за частотою виявлення якоїсь своєї позиції, активності, то можна сказати отак: дуже активні, власне, дуже активна інтернет-поведінка; інтернет-поведінка середньої активності, тобто це тоді коли людей реально вже щось турбує. Соціально-політична активність – це люди, які постійно щось коментують, лайкають, дописують, не залежно від того наскільки їх турбує та тема. Просто в них є своя думка щодо якоїсь позиції, щодо того, що відбулося і вони проявляють так свою інтернет-поведінку. Друга група, я б сказала не те, щоб середня активність, а така обумовлена, коли є причинно-наслідковий зв’язок. Коли є якась тема, яка реально зачіпає людину, може вплинути там на її якийсь добробут чи можливості в певній країні, чи в регіоні, то ті люди щось висловлюють, вони тоді щось пишуть, якісь петиції давати, тобто воно на них безпосередньо якось впливає. І напевне ще два типи інтернет-поведінки я би виділила. Ще один – це буде такий, що люди є активними тоді, коли їх вже щось питають. Знаєте, є багато челенджів різних, коли, наприклад запрошують до челенджа отакого/отаку: «будь ласка, виставіть якесь фото», то коли цих людей назвали і сказали їм то вони можуть проявити якусь активність і мають якусь інтернет-поведінку. Але все-таки буде четверта група, які ніяк не будуть реагувати, вони можуть прочитати щось, навіть коли їх згадали, вони можуть просто проігнорувати, тому що це будуть або непублічні люди, або вони бояться критики, або більше люблять бути спостерігачами збоку за тим, що відбувається. Отак я би могла їх якось класифікувати. Які критерії для типології – це якраз те, як часто людина проявляє свою інтернет-поведінку, це перший критерій. Друге – це що її спонукає до того: чи це є якісь власні переконання, чи це можуть бути загрози або навпаки можливості. Третє – коли людину вже згадали.*

Інтерв’юер: Що таке, у Вашому розумінні, соціально-політична (громадянська) інтернет-поведінка?

Експерт: *В моєму розумінні – це, по-перше, є перепости, наприклад якихось політиків. Наприклад, міністр оборони сказав, що прибув новий вантаж зброї і, власне, деякі користувачі можуть перепоширювати. Наступне для мене це є коментування, така активність. Третє – це написання якихось запитів, або якихось інтернет-петицій, наприклад, створення або підписання їх. Якщо ми говоримо про інтернет-поведінку не лише про соціальні мережі, то це можуть бути будь-які звернення. Ми знаємо, що є електронний документообіг – це також є інтернет-поведінка. Хоча в моєму розумінні інтернет-поведінка більше поведінка в соціальних мережах. Так воно якось сприймається. Хоча нам треба розуміти, що зараз у нас дуже багато процесів відбувається в інтернеті, особливо коли пандемія, то майже все перейшло в онлайн-режим. Там наші вебінари, зустрічі – це можна трактувати теж як інтернет-поведінку, люди зустрічаються і в них так відбувається комунікація. Але у мене чомусь це визначення більше асоціюється з соціальними мережами.*

Інтерв'юер: Які, на Вашу думку, інтернет-практики користувачів можна віднести до активної СППП? Чому саме?

Експерт: *Активна соціально-політична інтернет-поведінка – це те, що я говорила, це ті перепости дописів якихось політиків – це ми говоримо більше про політичну складову. Коли ми говоримо про соціальну складову то це, наприклад, у Львові є гаряча лінія міста, коли користувачі можуть якісь фото додавати, вони можуть описувати просто подію, яка відбулась і вони звертаються на ту гарячу лінію міста для того аби отримати якийсь результат. Це може бути просто коментування подій, які відбулися. Це може бути коментування, наприклад, якщо це засоби масової інформації поширюють щось, якусь подію і є можливість коментування, то люди можуть коментувати тоді. Це теж є інтернет-практика. Це також можуть бути якщо це соціальна сфера, то можна казати і про приналежність до якихось груп, коли є в соціальних мережах групи, об'єднання і люди можуть до них долучатися, і там обговорювати якісь питання і теми. Також напевне ця активна соціально-політична інтернет-поведінка може бути як проходження якихось опитувань. Часто люди теж в інтернеті можуть постити якісь опитування або навіть не лише в соціальних мережах. Якщо ми заходимо на сайт інтернет-ЗМІ, скажімо, то там можуть бути будь-які опитування щодо політичних вподобань і якихось соціальних вподобань. От зараз таке найгарячіше таке Дія запустила можливість опитувань. Там є опитування, які можна пройти, я вже пройшла 3 опитування і вони хочуть практикувати таку от активність людей тут більше в соціальній сфері.*

Інтерв'юер: Що, у Вашому розумінні, означає бути пасивним в сенсі проявів СППП?

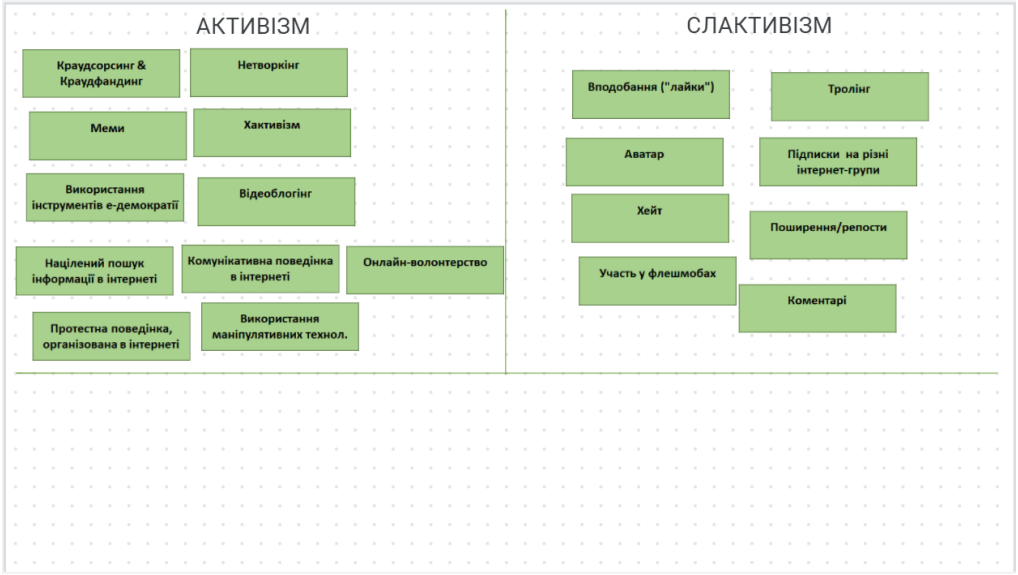
Експерт: *Пасивний – це коли людина, по-перше, нічого не коментує, нічого не перепоширює, вона в соціальних мережах не лайкає, не хоче проходити якісь опитування. Це людина, яка можливо і сприймає інформацію, яка подається, але вона не хоче, тобто в неї нема такого якогось відгуку на цю інформацію. І тут якщо я би говорила про причини, то причини, як на мене, можуть бути дві. Перша причина – це тип особистості. Бувають такі люди, які просто не люблять проявляти якусь активність. Вони просто є пасивними споживачами інформації. А другий тип може бути, коли люди просто бояться висловлювати і показувати своє ставлення. Вони не знають як інші зреагують на те, що напишуть, що вони перепоширюють, що пролайкають. Мені здається, що це вже ми говоримо про цей другий тип, то ми говоримо вже не про молодь. Це певне уродженці Радянського союзу, в них залишився оцей якийсь страх, можливо, що десь вони попадуть під критику, цензуру чи ще щось. Мені здається, що молоді люди не бояться, а коли вони не висловлюються – це просто такий тип людини і тоді вони залишаються пасивними.*

Інтерв'юер: Що Ви можете сказати про слактивізм? Чим, на Вашу думку, він відрізняється від активності та пасивності? Яку поведінку в інтернеті ми можемо назвати слактивізмом?

Експерт: *Я читала про цей слактивізм. Я чомусь не дуже погоджуюся з тими твердженнями, які є. Тобто, в тих ресурсах, які наявні, про слактивізм, то це слово має такий негативний відтінок. Я би сказала отак простішими словами, як зараз часто говорять, що це є «диванні патріоти», так їх називають. Тобто вони сидять, коментують, можуть сказати, що треба зробити отак чи треба зробити так, але самі вони не здатні до якихось дій і хочуть зробити все руками інших. Хочуть повчати як це має бути, як це має виглядати, чому не так. Але я от не погоджуюся з таким твердженням, бо насправді ми знаємо, що багато революцій і Арабська весна, і багато інших вони були, власне, проведені за допомогою слактивізму. Люди просто переписувались, вони спочатку лайкали, вони там одне одному перепоширювали якусь інформації, але вже потім воно сприяло якимсь активним діям. Тому на сьогодні в мене така думка, що слактивізм – це може бути навпаки поштовхом далі до активних дій. Це не є така абсолютна пасивність. Ні. Це є такий перший етап до якоїсь активної діяльності. От, наприклад, є в мене багато, я підписана на багато людей в соціальних мережах, деякі громадські активісти, наприклад, які привертають увагу до якоїсь теми, вони позначають певних політиків, посадовців, які причетні до якоїсь діяльності. В результаті отака ніби пасивна діяльність, скажем так, призводить до реальних результатів. Тому моє ставлення до слактивізму в сучасних умовах досить позитивне. Я не думаю, що це є зовсім пасивність – це навпаки перший спокійний етап до активних дій.*

Інтерв'юер: Спробуйте класифікувати запропоновані форми СПІП. Поясніть чому саме Ви класифікували їх таким чином. Які форми СПІП Ви могли би додати до запропонованих.

Експерт:



Інтерв'юер: От Ви раніше згадували про інтернет-опитування. До якого типу поведінки Ви б віднесли цю практику?

Експерт: *До активної.*

Інтерв'юер: На Вашу думку, яка СПІП (тип і різновид практик) буде переважати серед сучасної української молоді, зокрема студентства?

Експерт: *Я думаю що активна. Бачу, що активна.*

Інтерв'юер: Що, на Ваш погляд, в першу чергу впливає на реалізацію СППП?

Експерт: *Це напевне задоволення сьогоденням і їхнє бачення реалізації себе в майбутньому.*

Інтерв'юер: Якими диспозиціями (особистісними рисами) має володіти користувач для реалізації активної СППП?

Експерт: *Це має бути соціально відповідальний громадянин. Це має бути представник інформаційного суспільства. Ця людина має володіти інформацією, має цікавитися тим, що відбувається в світі, що відбувається в країні, зокрема. Це має бути людина, яка усвідомлює свої права і обов'язки. Це я вам сказала не особистісні риси, а такі напевне більше громадянські. Щодо особистісних, то все ж таки та людина має бути комунікативна скоріш за все. Має бути внутрішнє відчуття справедливості. Це дуже важливо саме серед студентства, серед молоді, отаке прагнення справедливості…Ну, навіть не знаю, можливо десь і якась доброта має бути. Якщо ми говоримо, наприклад, волонтерство (у вас там було в питанні), то напевне це має бути людина добра. Це все залежить від того про який підвид соціально-політичної інтернет-поведінки ми говоримо. Якщо про якісь соціальні проекти чи щось таке, то це людина має бути добра, яка здатна до самопожертви. Якщо ми говоримо про відстоювання якихось прав, чи щось таке, то на перший план виходить якраз відчуття цієї справедливості, воно має бути внутрішньо зароджено.*

Інтерв'юер: Яким набором ціннісних орієнтацій має володіти користувач для прояву активної СППП?

Експерт: *Ще напевне має бути і висока мораль, самопожертва і, до речі, тактовність, толерантність. Це те, що має бути в ідеалі. Ми можемо говорити про різну соціально-політичну поведінку. Це може бути і цей тролінг, і хейт, і так далі. Але якщо ми говоримо в позитивному ключі, то звісно треба говорити про тактовність, толерантність, моральність і етику. До речі, етика і етикет, що важливо в спілкуванні в інтернеті теж важливо.*

Інтерв'юер: На Вашу думку, яким є рівень вмотивованості користувача для реалізації активної або слактивної СППП?

Експерт: *Мені здається, що відрізняється цей рівень вмотивованості для активіста і слактивіста. Тому що для активної соціально-політичної поведінки – це вже має бути реально мотивація, якась конкретна мотивація. Коли ми говоримо про слактивну поведінку, тут може й не бути якоїсь мотивації, це просто бажання себе показати, бажання про себе нагадати, чи щось таке. Але конкретного мотиву може і не бути. Як на мене, оця активна поведінка має вищий рівень вмотивованості.*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів детермінують прояв слактивізму?

Експерт: *Можливо слактивізм більш притаманний напевне, коли ми спочатку говорили про ті категорії, які я собі визначила, то я б слактивізм віднесла до цих двох категорій менш активних: зовсім не активні або менш активні. І от які особистісні характеристики мають бути? Це, до речі,*

скептицизм. Це напевне люди, які схильні більше все критикувати і скептично до всього ставитись. Це напевне перша така характеристика. Друга – можливо десь егоїзм. Або нарцисизм навіть. Людина себе дуже любить і вона хоче себе якось показати в якомусь ключі. Або, наприклад, якщо це її десь зачіпає, то вона просто пасивно захищає себе таким чином. Можливо більше боязнь. Якщо ми говорили про активізм, що це навпаки люди більш вмотивовані і менше бояться, то тут боязнь, боягузтво більше до слактивізму.

Інтерв'юер: А як щодо довіри і її вплив на прояви СППП?

Експерт: *Базуючись навіть на власному досвіді. В мене є один акаунт в Фейсбуці створений спеціально для студентів. В мене вже там дуже багато студентів назбиралось за всі роки, всі вони під'єднюються до цього акаунту і надалі я маю можливість стежити за їхньою поведінкою в інтернеті, за їхньою активністю. Так от я помітила, що ті люди, які довіряють певному політику чи певному лідеру вони є більш активними, вони більше щось пропонують. Вони навіть не так перепощують, як пишуть власні пости, вони можуть закликати до якоїсь активної діяльності. Буває, що вони не просто довіряють якомусь конкретному політику, а підтримують конкретну ідеологію. Таке теж буває. Є в мене студенти, які входять до Нацкорпусу чи ще кудись. Тобто там не йдеться про конкретного політика, а про певну ідею і вони настільки довіряють цій ідеї, що вони готові залучати і інших людей, що й активно роблять. Ті, які більш вагаються, хоча не можна сказати. Немає чіткого критерію. Є такі, які теж довіряють, але у них прояви слактивізму, що можуть виявлятися в тролінгу. Якщо ми говоримо про чинну владу, хтось підтримує Порошенка, хтось Зеленського, вони можуть проявляти слактивізм щось дописувати, щось коментувати, будуть хейтити і так далі. Але вони абсолютно довіряють своєму лідеру і тому вони будуть критично ставитися до іншого. І тут вони будуть менш активними, бо розуміють, що їхня активна позиція ні до чого не призведе, тому що так є, так вибрали. Хоча вони повністю довіряють своєму лідеру. Я, наприклад, не бачу такої конкретної межі між довірою і недовірою до політиків.*

Інтерв'юер: Які особистісні характеристики користувачів можуть спричинити прояв пасивної СППП?

Експерт: *Це напевне якість комплекси, до речі. Якщо є якісь комплекси в студентів. Це може бути якась боязнь, це може бути негативний досвід в минулому. Пасивна соціально-політична інтернет-поведінка більш притаманна інтровертам. Щодо минулого досвіду, то ті, хто був дуже активним, щось дописував і отримав дуже багато хейтерства, дуже багато критики. Все, вони вже бояться і вони вже будуть більше пасивними. Також щодо особистих рис є, наприклад, у нас студенти, які мають вади розвитку (тут ми вже трішки іншу тему зачіпаємо). Звісно, що вони є пасивними, бо вони не хочуть привертати зайвої уваги до себе. Може бути комплекс меншовартості.*

Інтерв'юер: Якими ресурсами має володіти користувач щоб проявляти будь-яку форму СППП? Які є типи цих ресурсів?

Експерт: *По-перше, якщо ми говоримо про моральні – це є вміння йти в ногу з часом. Коли ми говоримо зараз про сучасні тенденції, то для того щоб проявляти якусь форму такої соціально-політичної інтернет-поведінки людина має володіти навичками soft-skills. Ви знаєте що туди належить. Це є і здатність пристосовуватись до нових ситуацій, і здатність спілкуватися з новими людьми, і здатність працювати десь в команді, десь з кимось комунікувати. Комплекс soft-skills це те, що потрібно якраз для тих моральних ресурсів. Ну і про матеріальні ресурси – це звісно в сучасному світі мають бути будь-які девайси, мобільні телефони, це є ноутбуки, планшети, це є доступ до інтернету. Для інтернет-поведінки – це також може бути і телевізор з виходом в інтернет, там смарт тв і так далі. Тобто це теж є ресурсом.*

Інтерв'юер: Які із зазначених Вами ресурсів на Вашу думку є найважливішими? Чому?

Експерт: *Мені здається, що серед типів, то моральні ресурси є важливішими. Тому що та людина, яка хоче десь висловитися вона знайде де це зробити. Вона зустрінеться з колегами, вона візьме в когось телефон, піде в бібліотеку з виходом в інтернет, напише те, що вона хоче і зробить те, що вона хоче. Але це має бути мотивація, знову ж таки. Тому оці моральні ресурси в цьому випадку є важливіші.*

Інтерв'юер: Як, на Вашу думку, може вплинути дохід та походження користувача на реалізацію ним СППП ?

Експерт: *Тут звісно, що людина, яка має більший дохід, яка має достатні матеріальні ресурси, яка стежить, навіть якщо вона спочатку є пасивним, але вона стежить за тим, що відбувається в інтернеті, то десь на якомусь етапі їй захочеться проявити свою якусь поведінку, якщо щось буде конкретне, що ту людину зачіпає. Ну навіть якщо її підпишуть на якийсь челендж, вона все ж таки зреагує тоді. Походження користувача, ви знаєте, тут насправді у мене більше контраверсійна думка, але мені здається так за моїх поглядів і таких спостережень щодо студентства, звісно я не можу сказати про походження кожного студента і про їхні матеріальні ресурси, але наскільки я бачу, що ті люди, які не мали доступу до чогось, а потім він в них появився, вони стають активними, вони хочуть себе показати, вони хочуть нібито надолужити втрачене. І які виросли в певних обставинах в певних умовах, мали доступ до всього, до інтернету, вони вже якось вміють балансувати. Власне, якщо не мати нічого і якщо воно в тебе з'явилось нараз, то ці люди, навіть студенти, в мене навіть 1 курс є я куратор, то вони дуже швидко починають створювати підгрупи, починають свої акаунти заводити десь там на різних платформах в ТікТоці чи ще десь, хочуть щось виставляти і так далі. Їм нібито цього не вистачало чи не було доступу. І ще одне, до речі, теж походження залежить і від тих умов, в яких зростала людина сімейних. Якщо, наприклад, студент жив з батьками і його контролювали можливо, може був один ноутбук на двох-трьох людей, він десь себе обмежував, то коли він вже йде від батьків, він вже приїжджає в університет і тут вже в гуртожитку він має доступ до інтернету на якийсь ресурс, і має вихід один на один, то він стає активним.*

Деколи, на жаль, така активність не є в хорошу сторону, деколи вона може мати негативні наслідки.

Якщо ми говоримо про походження в значені село-місто, то, на жаль, у мене такі спостереження, що якраз, про те, що я говорила, що люди з села, які мали обмежений доступ і якщо вони його отримали, то вони стають більш активними. Мені говорити легко, бо я все ж таки людина з міста, в мене навіть села немає, моє походження все з міста, у мене ніхто ніде ніколи не був в селі в принципі. Люди з села трішки по-іншому себе поводять. Вони, можливо, більш комунікабельні, в селах вони просто всі одне-одного знають і для них це нормально і вони можуть з тим поговорити, з тим поговорити і сказати свою думку. Люди з міста більше думають перед тим як щось сказати, чи не сказати. А ті більш відкриті, більш відверті. Відповідно їхня інтернет-поведінка соціально-політична, як на мене, теж більш відкрита. Я більше бачу хто кого підтримує, як висловлюється і які їхні вподобання. Тому напевне це теж десь впливає, але це не так категорично. Я б вам сказала не робити на цьому особливий акцент. Все-таки тут напевне і достаток теж має своє значення.

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача в реальному житті може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Тут все очевидно. Звісно, що в мене всі, наприклад, старости груп є активними. Є активна і соціально-політична інтернет-поведінка і якась така, скажімо, більш внутрішня комунікація. Вони активні. Чому? Тому що, по перше, вони все ж таки мають більше повноважень. Староста більше спілкується з викладачами. В неї більше є контакти. Відповідно, вона почуває себе вільнішою і більше може проявляти свою соціально-політичну інтернет-поведінку. Також статус може залежати від і матеріальної складової, і напевне і від сімейних обставин. Та людина, той студент, який знає, що за ним стоять якісь впливові батьки чи ті, які можуть захистити його в будь-якому випадку, вони є більш розкуті, відкриті і більше проявляють свою соціально-політичну інтернет-поведінку, вони менше бояться. Якщо це людина, яка не має такого походження, не має досвіду, яка може боятися як вплине. Зверніть увагу собі і на факт проживання людей. Я це дуже чітко бачу. В мене є студенти зі всієї України і, власне, наші з Західної України більш активні. Вони менше бояться проявляти свою соціально-політичну інтернет-поведінку. Вони це показують, вони це проявляють, вони пишуть, вони перерепощують, вони можуть до чогось закликати. Ті, хто в нас є зі Сходу, навіть не тільки, наприклад, там з Дніпра, Одеси, Херсону, Запоріжжя студенти, то вони менш активні. Чи тому що вони в інше середовище перейшли – це може бути одне, або у них політична культура інша. Вони більше схильні приймати те що є, вони розуміють, що їхній допис, їхня активність ні до чого не призведе, вона нічого не змінить. Отут я би зробила більший акцент.*

Інтерв'юер: Яким чином статус користувача у віртуальному середовищі може впливати на форму СППП? Які статуси можуть сприяти активній СППП, а які слактивізму чи інтернет-пасивності?

Експерт: *Тут статуси користувача у віртуальному середовищі можуть бути різними. Перший статус може бути якщо людина має велику кількість підписників, «фоловерів», залежно про яку соціальну мережу ми говоримо. Ця людина є вільнішою, вона, по-перше, бачить свою аудиторію. Та людина, яка уже маю свою соціальну аудиторію в соціальних мережах, вона зазвичай є більш активною, тому що знає, що її читають. Вона не може вийти за межі цього віртуального світу, вона повинна з певною періодичність там з'являтися, бо знає, що її читають, коментують, бачать і ця людина є активною. Навіть і серед студентів, коли ми говоримо. Є в мене такі студенти, які обов'язково там раз на тиждень в п'ятницю ввечері дописують про те, що відбулося за цей тиждень, що цікавого і на що ми чекаємо далі. В них велика кількість підписників, коментаторів, вони звісно є активними. Може бути статус одружений/неодружений, багатодітна сім'я чи ще щось таке, теж таке буває. Від цих статусів воно менше таки залежить, хоча якщо ми говоримо про дівчат студенток, то, наприклад, ті студентки, які є вже одружені і мають дітей, вони є переважно активними, тому що вони зіткнулися з дорослим життям, вони очікують, наприклад, на якусь матеріальну допомогу, вони очікують на те, щоб себе якось знайти, знати потім роботу і так далі. Вони є активнішими ніж ті, наприклад, люди, які не знають….Є люди, яким не хочеться тієї публічності. І якщо вони спочатку не створили якогось віртуального статусу, то далі його створити уже важче. Хоча є випадки, коли якісь кардинальні зміни в житті людини відбулися, наприклад, студент пішов на роботу. Він міг бути постійно пасивним, нічого не дописувати, не постити, можливо щось коментувати і потім він пішов на роботу. Розумієте, я ж працюю журналістом. Журналіст, коли йде на роботу – все, він стає відомою людиною, по-перше. Він стає людиною, яка орієнтується в усіх політичних, соціальних процесах, він хоче щось змінити і так далі. І ця людина стає уже активною, може з абсолютно пасивної стати абсолютно активною. От статус публічності, коли вже людина здобула за допомогою своїх постів і не тільки. Це могла бути красива дівчина, яка виставляла свої гарні фото і в неї багато підписників. На якомусь етапі щось її зачепило, щось там в суспільстві і вона починає писати свої пости на соціально-політичну тематику. Відповідно в неї велика кількість «фоловерів», в неї велика кількість підписників, які щось коментують і вона далі починає бути активною в цій тематиці. Тобто попередня відомість цієї людини і кількість аудиторії, кількість підписників, коментаторів може бути статусом і працевлаштованість – це може сприяти саме активній соціально-політичній інтернет-поведінці. А які статуси можуть сприяти пасивній? В мене є студенти, які йшли на роботу не за спеціальність. Працюють в «Сільпо» чи ще десь. Їм не хочеться це показувати, вони працюють в своєму світі, вони в своїй бульбашці і вони тоді є пасивними, і інтернет-поведінка є пасивною. Вони не хочуть виходити з зони свого комфорту, не хочуть якусь критику отримувати. Тому що якщо щось вони напишуть, а їм скажуть: «А ти хто? Ти там салати в Сільпо нарізаєш, ну то сиди там, що ти взагалі знаєш?». Відповідно такий статус теж може впливати на пасивність.*

Інтерв'юер: Якщо говоримо про професійну діяльність, то як статус керівника може вплинути на прояви СППП?

Експерт: *Знаєте, за моїми спостереженнями, от в журналістиці…У мене є багато студентів, які стали випусковими редакторами, головними редакторами і так далі. Їхній рівень інтернет-активності не змінився, а навіть зменшився, тому що вони стали більш зайнятими. Коли вони працюють просто журналістами пересічними, вони пишуть на різні теми і вони орієнтуються фактично у всіх темах. Коли вже цей студент стає керівником, він більше зосереджується на тому як керувати колективом і як заробляти гроші. От йому важливо не проявляти свою активність, а йому важливо як себе позиціонувати щоб робити гроші. Тоді він стає навіть більш пасивним. Якщо є якесь, наприклад, ЗМІ і головний редактор буде відкрито демонструвати своє вподобання в політичній площині він не отримає грошей від опонентів від політичної реклами, він недоотримає грошей. Тому він навпаки буде сидіти тихенько.*

Інтерв'юер: Яку роль у реалізації користувачами СППП відіграє освіта загальна, громадянська, цифрова?

Експерт: *Так, роль є. Але на мій погляд загальна освіта не впливає. Громадянська освіта безперечно впливає і найбільше, тому що коли людина знає свої права і обов'язки, вона може їх захищати і знає як їх захищати. Цифрова має таке відношення, коли ми говоримо про виявлення фейків, медіаграмотність і так далі. Але я вам скажу, що от ми говоримо про реалізацію соціально-політичної інтернет-поведінки то там цифрова освіта не важлива. Тому що ми ж не говоримо про таку «правильну» соціально-політичну інтернет-поведінку, ми не говоримо про те, що вона має бути результативною і щось таке. Вона ж може бути різною. Є ті люди, які, я можу сказати так з досвіду, що є люди які не орієнтуються, вони не розрізняють фейки, але вони їх перепощують, вони пишуть, обурюються, вони можуть бути активними, мати активну інтернет-поведінку незважаючи на те, що в них нема цифрової освіти, але вони будуть цю інтернет-поведінку здійснювати. Тому найбільше громадянська, а потім цифрова і загальна якщо можна таку градацію зробити.*

Інтерв'юер: Яким, на Вашу думку, є рівень громадянської та цифрової освіченості сучасної української молоді, зокрема студентства? Чому саме такий рівень?

Експерт: *Рівень громадянської освіченості студентства, як на мене, високий. Студенти вміють висловлювати свою думку, вміють висловлювати свою позицію. Будьмо відверті, якщо ми говоримо про якусь корупцію в закладах вищої освіти, то, як на мене, її рівень значно знизився якраз через те, що є високий рівень громадянської освіченості студентства. Якщо в того студента будуть щось вимагати, він одразу про це все напише, запише, викладе в ютуб і так далі. Цей рівень є високий. Про цифрову освіченість в аспекті, наприклад, виявлення, спростування фейків, про медіаосвіту, на жаль, цей рівень є поки що доволі низьким. Це все залежить від того в якій сфері навчається цей студент. Звісно якщо ми говоримо про журналістів, то в них високий рівень цифрової*

освіченості. Вони по кілька разів перевіряють інформацію перед тим як її постити. Що цікаво, самі вони між собою є активними – якщо хтось поширить якусь неправдиву, неперевірену інформацію, то інший це прокоментує, напише «Слухай, забери, бо є спростування». До речі, я також викладала і в іншому ЗВО, де не журналісти, то вони не звертають увагу. Тобто переважно їхній рівень цифрової освіченості є значно нижчий і вони схильні до того, щоб поширювати сенсаційну інформацію, неперевірену інформацію. Якщо ми говоримо про соціально-політичну інтернет-поведінку, то вона залежить від того напряму, де навчаються студенти. Якщо говорити про технічні спеціальності, теж мала можливість з ними спілкуватися, то їхній рівень соціально-політичної інтернет-поведінки є нижчим ніж в гуманітаріїв. Це є очевидно, бо їх цікавить точна наука, точні дані і вони в інтернеті шукають просто ту інформацію, яка їх цікавить, яка їм потрібна і вони є більш пасивними. Ми не говоримо про їхній слактивізм, просто більш пасивна поведінка.

Інтерв'юер: Яку, на Вашу думку, роль відіграє середовище, в якому живе користувач, на реалізацію ним СППП?

Експерт: *Якщо ми говоримо про студента, то, як на мене, на перший рівень важливості виходить якраз освітнє середовище. Чому? Тому що студент бачить собі подібних, він бачить проблеми більш узагальнено, він бачить якусь можливість зміни якоїсь ситуації, йому більше розповідають про його права, про його обов'язки, більше ознайомлюють з сучасним станом речей. Відповідно такий студент є активним. Коли ми говоримо, до речі, теж цікава тема коронавірусу, власне, останні два роки студенти навчаються онлайн і я помітила, що вони стали більш пасивними, їхня інтернет-поведінка стала більш пасивною. Тому що вони менше спілкуються між собою, вони вже почали сидіти, власне, в своєму сімейному середовищі, де кожен виконує різну соціальну роль, різну функцію. Це впливає і від батьків їхніх, і де працюють батьки, і те чи є в них брати/сестри і так далі. Відповідно студенти менш заглиблюються в проблеми, які існують, вони більше поринають в побутове життя. Коли вони знаходяться в своєму середовищі студентському, то освітнє середовище впливає на їхню активну інтернет-поведінку.*

Інтерв'юер: Які, з Вашої точки зору, форми СППП буде демонструвати користувач, який є членом або є долученим до діяльності політичної партії і/або ГО?

Експерт: *Тут очевидно, що в нього буде активна соціально-політична інтернет-поведінка. В мене є конкретний приклад. В мене є студент, до речі, який був абсолютно пасивний, не говоримо навіть про слактивізм. Абсолютно пасивний і у всіх аспектах. Пасивний він був не тільки щодо соціально-політичної інтернет-поведінки, але й інтернет-поведінки в цілому. В нього був якийсь профіль у соціальних мережах, але він там нічого нового не виставляв, він не коментував, взагалі не був активний. Вступивши до лав політичної партії, все кардинально змінилося. Буквально десь протягом трьох місяців цей користувач став дуже активним, власне, в аспекти соціально-політичної інтернет-поведінки. Він почав поширювати різні пости на політичну тематику, на те, що*

зробила його партія, на те, що треба робити, що будуть робити, запити різні почав писати і постити їх в різних соціальних мережах. Навіть змінилася його аватарка, тобто людина навіть почала демонструвати свою позицію політичну. Я думаю, що тут напевно ідеться не так про якісь внутрішні мотиви людини, а про те, що є корпоративна культура, корпоративна етика в представників цієї політичної сили, у них є певна стратегія як вони мають себе позиціонувати і зокрема в соціальній мережі. Тому мені здається мотиви тут є не внутрішні, а більше професійні.

Інтерв'юер: Яке значення для проявів СППП має приналежність користувача до університетського самоврядування?

Експерт: *Тут теж очевидно. Той користувач, який залучений до університетського самоврядування, його соціально-політична інтернет-поведінка буде активнішою, порівнюючи з тими хто не залучений. В цілому активніше, але залежно ще стосовно яких подій, стосовно яких тем. Ми все ж таки розуміємо, що є, тут знову таке словосполучення «корпоративна культура», яка впливає на цього студента. Все-одно він отримує певні вказівки що йому можна писати, а що не можна. Він не буде писати про те, що все погано в тому університеті, де він навчається. Все-одно в нього буде якась боязнь цензури. Але активнішим він буде не в плані політичної, а в плані соціальної інтернет-поведінки, бо він буде поширювати інформацію про різні можливості, про якісь нові проблеми, про якісь події, які відбулися, можливо буде створювати якесь опитування, щоб дізнатися думку інших. В цьому аспекті він буде активнішим – це однозначно.*

Інтерв'юер: Яким чином на реалізацію СППП впливає приналежність користувачів до різних соціальних мереж/платформ/сайтів?

Експерт: *Звісно що впливають, очевидно, що впливають. Впливають соціальні мережі і впливають ці сайти, які людина читає постійно і навіть не постійно. Може бути навпаки – людина от зайшла на якийсь сайт і побачила якусь там новину. Це може бути і фейковий цей сайт і вона буде її поширювати і буде в неї активна інтернет-поведінка. Таке може бути. Коли ми говоримо про приналежність до різних соціальних мереж то тут все залежить від соціальної мережі. Наприклад, теж багато курсів веду і я зі студентами говорила про ТікТок. Так от майже ніхто з моїх студентів, можливо відсотків два, які хоча б щось виставляють в ТікТоці, хоча б раз на колись, раз в рік. Решта є зареєстровані, але вони є пасивними. Вони просто спостерігають те, що там показують, мені кажуть на кого вони підписані і тут вони є абсолютно пасивними. Вони просто читають і дивляться відео інших людей і все. Якщо ми говоримо про Інстаграм, то тут активніші, звісно, що активніші студенти. Вони хочуть там виставляти себе, вони хочуть щось показати, вони можуть щось дописувати. Але скажу вам про Інстаграм, що студенти не є такі активні для соціально-політичної інтернет-поведінки. Ні, Інстаграм для того їм не годиться. А Фейсбук так, Фейсбук найбільше для цього. Більшість студентів зареєстровані в Фейсбуці, вони підписуються в різні групи, вступають туди і читають її, дописують, коментують. У Фейсбуці є найбільш активними. Коли*

ми говоримо про журналістів, то це взагалі 100%, тому що вони там пишуть про якісь події, про які вони писали уже, якісь свої роздуми. Таким чином вони формують свій бренд, особистий бренд журналіста за допомогою Фейсбуку. Коли ми говоримо про Твіттер, то тут наша спільнота не є активною абсолютно і теж може бути лише спостерігачем пасивним аби дивитися, що пишуть, наприклад, світові політики. Ми розуміємо, в Україні Твіттер не є популярний. Все ж таки наші політики є там присутні, але не для внутрішнього читача, а більше для зовнішньої аудиторії. Якщо ми говоримо про студентів, то мале число зареєстровано в Твіттері, принаймні з тих, з якими я спілкуюсь. Приналежність до платформ/сайтів я б не сказала, що впливає. Більше впливають соціальні мережі ніж сайти. Єдине, якщо ми говоримо про якісь екстраполярні сайти. Якщо ми говоримо про сайти з російською пропагандою, то вони будуть впливати на соціально-політичну інтернет-поведінку. На щастя, мені не доводилось стикатися з такими студентами, з такими користувачами. Переважно вони всі читають якісні сайти де є баланс думок і відповідно це не впливає на їхню поведінку, а соціальні мережі впливають.

Інтерв'юер: Які основні проблеми пов'язані з СППП існують зараз в українському суспільстві? Як їх можна врегулювати чи подолати?

Експерт: *Проблеми є такі: це невисокий рівень медіаграмотності, велика кількість фейків, які все ж таки поширюються. Не зважаючи на те, що у нас є дуже багато організацій, які борються з фейками, які спростовують фейки, реально їх є багато, проводять багато тренінгів, різних вебінарів і зустрічей і це треба продовжувати робити для регулювання і подолання цієї проблеми. Але як ще треба регулювати це…от є у нас там «VoxCheck», «Без брехні», «StopFake» та інші організації, які реально спростовують фейки. Але проблема в тому, що якраз інші користувачі не поширюють цих спростувань. На жаль, фейки перепоширюють, а спростування перепоширюють рідко. Не зважаючи на те, що ці організації зробили велику роботу, вони спростували, вони підтвердили, що це фейк, що є такі то докази, але широкий загал не ознайомлений з цим. І, як доводять результати досліджень, користувачі з тих 100%, що сприйняли дезінформацію лише 30% прочитають спростування і в цьому є проблема. Треба популяризувати оці спростовані фейки, спростовану інформацію, нехай вона гуляє соціальними мережами. Нехай люди поширюють, що оця інформація була фейковою і десь хтось таки прочитає і відсоток ми збільшували, щоб принаймні половина з тих, хто прочитав фейк зрозуміли, що це фейк. Ще одна проблема – це є боти, тролі. Кожного дня ми читаємо, що викривають велику кількість ботоферм. Цим займається Служба безпеки України, вони мають такі завдання, вони мають свій відділ кібербезпеки і це ми залишимо для них, нехай вони регулюють ці питання. Щодо тролів, то треба навчати…до речі Фейсбук в цьому плані добре робить. Вони самі визначають і можуть блокувати користувачів, блокувати коментарі, бо є якась підозра, що це насправді людина-троль. Треба навчитись визначати, є алгоритм чіткий, коли нам треба зайти на сторінку цієї людини, подивитись чи є фото, чи є якась особиста інформація, чи є друзі і так далі, і ми можемо зробити собі таке*

уявлення чи це троль чи ні і спростовувати те, що вони там коментують. Тобто два способи подолання: це і державне регулювання, коли ми говоримо про ботоферми і суспільне регулювання, коли ми говоримо про спростування фейків і поширення інформації, що це були фейки.

Інтерв'юер: Що Ви можете порадити фахівцям для підвищення активності студентської молоді в інтернеті?

Експерт: *Знаєте, я не впевнена, що цю активність треба підвищувати. Тому зо це може призвести до хаосу. Ми розуміємо – скільки людей стільки думок. Ми розуміємо, що студентська молодь деколи не має достатнього досвіду, достатнього багажу. Я не буду говорити про власні вподобання, але ми бачимо кого підтримує наша молодь. Вони дивляться на обличчя, вони дивляться на популярність. Не завжди вони враховують політичний досвід, можливість керувати країною чи якимись політичними процесами. Тому чи треба підвищувати рівень соціально-політичної активності молоді в інтернеті я не впевнена. Можливо моя думка вам видається трохи дивною, але я бачу як легко студентство підпадає під вплив і навіть коли ми кажемо, що вони там прийшли на роботу в якусь політичну партію, то вони сьогодні будуть постити «Така політична партія, ми такі молодці», то завтра цей студент піде в іншу політичну силу і буде писати зовсім інше, бо в нього ще немає внутрішнього стержня. Тому напевне треба не підвищувати їхню активність, а виховувати їхню соціально-політичну обізнаність за допомогою якихось ресурсів, за допомогою якихось об'єднань, можливо якісь групи можна створити в Фейсбуці, де більше розказувати про якісь можливості студентам, про їхні права, про те, що відбувається в тій чи іншій сфері. Можливо подавати якісь фахові коментарі і надавати можливість звернутися до когось, якщо в них є якась проблема, щоб вони знали до кого звернутися, наприклад, до юристів. Ну і ясне діло, що ми не виключаємо тих самих опитувань і не виключаємо різних вебінарів, які теж можна проводити і залучати туди студентів, рекламувати. Але до тих вебінарів я би не сказала, що треба долучати політиків, а треба залучати лідерів громадської думки. Можливо тих людей, які користуються популярністю серед молоді, але які вже можуть їм щось сказати і в аспекті соціально-політичної сфери.*

Інтерв'юер: На цьому все. Дякую Вам за співпрацю!

Додаток 3

Категорійний формуляр №1

Код	Критерії для типології інтернет-поведінки
Визначення	Пояснює те яким чином експерти класифікують інтернет-поведінку користувачів в цілому.
Коли використовувати	Використовувати тоді, коли експерт типологізує інтернет-поведінку з допомогою певних характеристик. Можуть використовуватись такі фрази : *«поведінку охарактеризувала б за критерієм…»*, «*я розділяю користувачів на», «використовую такий підхід для класифікації…»* , *«можна поділити інтернет-поведінку на…» тощо.*
Коли НЕ використовувати	Не використовувати в тій ситуації, коли згадується реальна поведінка користувача.
Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №3:** *«Тут я б характеризувала користувачів за залученістю, тобто наскільки активно люди користуються взагалі ресурсами інтернету.»*
	Інтерв'ю №5: «*Мені здається, згідно з результатів мого дослідження і взагалі досвіду роботи в цій сфері, умовно можна поділити інтернет-поведінку на два основних типи – це пасивна і активна.»*
	Інтерв'ю №7: **«***Ну напевне за частотою виявлення якоїсь своєї позиції, активності, то можна сказати отак: дуже активні, власне, дуже активна інтернет-поведінка; інтернет-поведінка середньої активності, тобто це тоді коли людей реально вже щось турбує...»*

Категорійний формуляр №2

Код	Визначення СППП
Визначення	Пояснює те, як експерти розуміють концепт соціально-політичної інтернет-поведінки
Коли використовувати	Використовувати під час визначення експертами поняття соціально-політичної інтернет-поведінки та її відмінності від інших форм поведінки. Можуть використовуватись: *«під цим поняттям я розумію…», «це поведінк, яка…»* тощо.

Коли НЕ використовувати	Не використовувати в тій ситуації, коли експерт трактує інтернет-поведінку загалом або робить визначення реальної поведінки.
Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №1**: «*Але соціально-політична інтернет-поведінка – це загалом участь людини в обговореннях, або скоріше участь людини в контексті, в теперішньому контексті подій і не тільки подій, але загалом інформаційної палітри, що відбувається.»*
	Інтерв'ю №2: «*Це поведінка, яка стосується питань соціальних чи політичних, реалізація права вибору з приводу питань, пов'язаних з місцевим врядуванням, чи участю в громадському бюджеті, висловлення думки з приводу, подання петицій.»*
	Інтерв'ю №6: *«Якщо ми говоримо з вами про соціально-політичну, то у мене вона відокремлюється від громадянської. Це дві різні. Чому? Тому що так як людина поводить себе в соціумі і може озвучувати свою позицію стосовно політичних подій, які відбуваються або вподобання, прихильність до якоїсь політичної сили чи політичного діяча і громадянська позиція – це для мене трохи різні речі. Суто соціально-політична – це так як я себе веду в суспільстві, а громадянська – це наскільки я можу проявити себе в цьому суспільстві.»*

Категорійний формуляр №3

Код	**Спектр СППП**
Визначення	Категорія, яка об'єднує в собі різні форми соціально-політичної інтернет-поведінки
Коли використовувати	Використовувати для всіх згадок, коли експерти визначають, трактують і пояснюють різні форми соціально-політичної інтернет-поведінки. Можуть згадуватись такі фрази як *«активний у прояві соціально-політичної інтернет-поведінки – це…», «Пасивні – це користувачі, які»* тощо.
Коли НЕ використовувати	Не використовувати в тій ситуації, коли експерт пояснює форми реальної поведінки.
Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №1**: *«Щоб проявляти активну поведінку, яка ще й буде такою пропагандистською, агітаційному в хорошому сенсі, вона повинна бути масовою, це неможливо зробити раз.»*

	Інтерв'ю №5: *«Мені здається, що ця слактивна поведінка, типу лайкнути щось чи від когось відписатися в плані культури відміни – це взагалі огого і на заході взагалі шум піднімається.»*
	Інтерв'ю №3: *«...пасивними є ті споживачі, які мінімально взаємодіють з цим контентом, тобто або жодним чином там не лайкають, не пишуть жодних коментарів і не продукують жодного контенту.»*

Категорійний формуляр №4

Код	**Диспозиції користувача для прояву СПІП**
Визначення	Категорія описує певні особистісні характеристики, крізь призму яких, в уявленнях експертів, людина сприймає соціальну реальність і проявляє певним чином соціально-політичну інтернет-поведінку
Коли використовувати	Використовувати для всіх згадок, коли експерти зазначають про детермінацію проявів певних форм СПІП від особистісних чинників. Можуть згадуватись такі фрази як *«людина володіє такими рисами...», «причиною такої поведінки є....», «користувач так поводиться, бо…»* тощо.
Коли НЕ використовувати	Не використовувати тоді, коли експерт веде мову про залежність поведінки від зовнішніх обставин чи структур.
Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №2**: «*З іншого боку є чимало досліджень, які показують, що люди онлайн є більш сміливіші. От якраз це причина хейтів, тобто, те, що люди б ніколи не сказали в очі один одному, вони це говорять в соціальних мережах, тому що це якась абстрактна не конкретизована постать. Можливо онлайн люди будуть проявляти більше активності.*»
	Інтерв'ю №4: *«Якщо говорити про організації подій, то зрозуміло, що пасивний користувач чи слактивіст цього не зробить, бо він буде боятись думки інших людей, це буде якось не для нього.»*
	Інтерв'ю №7: *«Ну, навіть не знаю, можливо десь і якась доброта має бути. Якщо ми говоримо, наприклад, волонтерство (у вас там було в питанні), то напевне це має бути людина добра.»*

Категорійний формуляр №5

Код	Ресурси для прояву СППП
Визначення	Категорія пояснює те, від яких ресурсів експерти вважають залежить прояв різних форм соціально-політичної інтернет-поведінки
Коли використовувати	Використовувати в ситуаціях, коли згадуються різні форми ресурсів, якими має володіти користувач для проявів різних форм поведнки. Можуть згадуватись такі фрази як: *«Для цього потрібно володіти…», «Для такої поведінки треба…», «важливими є ресурси…», «потрібно мати…»* тощо.
Коли НЕ використовувати	Не використовувати тоді, коли образ ідеалізується чи згадуються бажані риси
Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №1**: *«Час для того, щоб це робити, бо потрібно витрачати на це невеликий шматок життя.»*
	Інтерв'ю №2: *«Це матеріально-технічні ресурси: треба мати техніку, треба мати змогу оплатити за інтернет.»*
	Інтерв'ю №7: *«Так, роль є. Але на мій погляд загальна освіта не впливає. Громадянська освіта безперечно впливає і найбільше, тому що коли людина знає свої права і обов'язки, вона може їх захищати і знає як їх захищати.»*

Категорійний формуляр №6

Код	Роль середовища у проявах СППП
Визначення	Позначає не лише приналежність користувачів до певних середовищ, але й окреслює те яким чином ці середовища впливають на прояви СППП
Коли використовувати	Використовувати, коли експертами згадуються середовища, до яких належать користувачі та те, яку роль ця приналежність грає для проявів СППП. Можуть використовуватись фрази: *«Поведінка залежить від присутності у…», «Найважливішим є середовище…», «Треба враховувати вплив середовища…»*
Коли НЕ використовувати	Не використовувати тоді, коли експерт говорить не про СППП, а про реальну поведінку, або говорять про СППП іншої вікової групи , а не студентської молоді.

Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №2**: *«Це все залежить від характеристики тої чи іншої мережі чи джерела інформації. Якщо це експертні сайти, які надають аналітичну інформацію, яка дозволяє мислити, рефлексувати, приймати рішення, займати свідому суспільно-політичну позицію – це одне. Якщо ми візьмемо рух антивакцинаторів, то вони дуже активні. Серед них теж є активісти, просто вони там якусь «єрєсь» пропагують.»*
	Інтерв'ю №3: *«Тобто на першому місці все-таки цифрове середовище – це підписники і залежність від їхньої думки чи несхвалення, потім – офлайнове середовище найближче, а потім всі решту офланові середовища, які безпосередньо не впливають на активність в інтернеті.» «Якщо говорити про студентів, то величезну роль відіграє, тому що вони дуже орієнтовані на думку однолітків, вірніше дуже залежні від думки однолітків і від того, який контент вони роблять, і дуже сильно залежить, те, що про них скажуть після цього.»*
	Інтерв'ю №7: *«Якщо ми говоримо про студента, то, як на мене, на перший рівень важливості виходить якраз освітнє середовище. Чому? Тому що студент бачить собі подібних, він бачить проблеми більш узагальнено, він бачить якусь можливість зміни якоїсь ситуації, йому більше розповідають про його права, про його обов'язки, більше ознайомлюють з сучасним станом речей. Відповідно такий студент є активним.»*

Категорійний формуляр до категорії №7

Код	**Проблеми, пов'язані з СПІП**
Визначення	Категорія об'єднує в собі ряд проблем, які, на думку експертів, заважають прояву користувачами СПІП
Коли використовувати	Використовувати для всіх згадок, коли експерти говорять про конкретні проблеми, бар'єри, перепони чи виклики для проявів студентами СПІП в контексті українського суспільства. Можуть використовуватись фрази: *«Негативно впливає на…», «в Україні недостатній рівень…», «це є проблемою…»* тощо.

Коли НЕ використовувати	Не використовувати тоді, коли експерти говорить про СППП іншої вікової групи або про інше суспільство, не українське.
Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №2**: *«З одного боку, те що є перевагою в плані поширення інформації воно в той же ж час є і проблемою, бо це є сильне джерело поширення дезінформації. Тому дуже великий ризик поширення дезінформацій, яка, по-суті, може мати вплив на людей, які проявляють певний активізм, бо немає нічого гіршого, ніж завербований теоріями змови активіст, який розносить цю інформацію, пропагує її, відстоює ці ідеї.»*
	Інтерв'ю №5: *«Особливо враховуючи 2 роки дистанційного навчання, коли вони спілкуються навіть не в загальних пабліках, а в телеграмах, своїх групках, чатиках лише між собою, то які вони будуть активні не знаю.»*
	Інтерв'ю №7: *«Не зважаючи на те, що у нас є дуже багато організацій, які борються з фейками, які спростовують фейки, реально їх є багато, проводять багато тренінгів, різних вебінарів і зустрічей і це треба продовжувати робити для регулювання і подолання цієї проблеми. Але як ще треба регулювати це…от є у нас там «VoxCheck», «Без брехні», «StopFake» та інші організації, які реально спростовують фейки. Але проблема в тому, що якраз інші користувачі не поширюють цих спростувань. На жаль, фейки перепоширюють, а спростування перепоширюють рідко.»*

Категорійний формуляр до категорії №8

Код	**Поради для регулювання проблем пов'язаних з СППП**
Визначення	Визначення експертами того, як можна врегульовувати проблеми, пов’язані з проявами студентами СППП
Коли використовувати	Використовувати для всіх згадок, коли експерти дають поради стосовно регулювання проблем, пов’язаних з проявами українським студентами СППП. Можуть використовуватись фрази: *«Нам потрібно…», «Треба підвищувати…», «Гарним прикладом є…» тощо.*

Коли НЕ використовувати	Не використовувати тоді, коли експерти говорить про СППП іншої вікової групи або про інше суспільство, не українське.
Приклад фрагменту	**Інтерв'ю №2**: *«Якщо говорити про підвищення соціально-політичної активності, то гарним прикладом є створення місцевого самоврядування учнівського, студентського, це можливість практикуватися, показувати впливовість кожного голосу.»*
	Інтерв'ю №6: *«Якщо ми говоримо про соціально-політичну активність в інтернеті, то якщо у нас реально молодь не буде впливати на політичне життя, вона не буде брати в цьому участь. Якщо є міністерство освіти і в ньому є молодіжна рада, яка готує документи, готує роз'яснення до законопроектів, готує своє непогодження з кимось або з якоюсь дією, і відповідно на це є реакція і реакція позитивна, негативна – неважливо, але є відповідь, є фідбек. Тоді молодь буде відчувати себе потрібною. Якщо ти щось постійно робиш і в результаті не отримуєш ніякої реакції, то в тебе запал падає і тобі не хочеться цього робити. Тому напевне більше підтримки зі сторони державних структур і молодь буде відчувати себе потрібною.»*
	Інтерв'ю №7: *«Тому напевне треба не підвищувати їхню активність, а виховувати їхню соціально-політичну обізнаність за допомогою якихось ресурсів, за допомогою якихось об'єднань, можливо якісь групи можна створити в Фейсбуці, де більше розказувати про якісь можливості студентам, про їхні права, про те, що відбувається в тій чи іншій сфері.»*

Додаток 4

І. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ЕКСПЕРТАМИ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-ПОВЕДІНКИ

ІІ.1. Критерії для типології інтернет-поведінки

ІІІ.1.1. Критерій частоти поведінки

IV.1.1.1.Активна

IV.1.1.2. Нейтральна (середня активність)

IV.1.1.3. Пасивна

ІІІ.1.2. Критерій залученості користувача

IV.1.2.1. Активна

IV.1.2.2. Пасивна

ІІІ.1.3. Функціональний підхід до типології

IV.1.3.1. З метою емоційної розрядки

IV.1.3.2. З метою розваги

IV.1.3.3. З метою отримання інформації

IV.1.3.4. З метою бути в курсі усіх новин

ІІІ.1.4. Критерій продукування контенту

IV.1.4.1. Активна

IV.1.4.2. Пасивна

ІІ.2. Визначення СПІП

ІІІ.2.1. Свідома поведінка (або її відсутність) або участь

ІІІ.2.2. Соціально-політичний підтекст

ІІІ.2.3. Відмінна від громадянської поведінки

ІІІ.2.4. Особистісно-політичний вимір

ІІ.3. Спектр СПІП

ІІІ.3.1. Активна СПІП

IV.3.1.1. Спрямованість поведінки

V.3.1.1.1. Цілеспрямована поведінка

VI.3.1.1.1.1. Конструктивна

VI.3.1.1.1.2. Деструктивна

V.3.1.1.2. Нецілеспрямована поведінка

V.3.1.1.2.1. Конструктивна

V.3.1.1.2.2. Деструктивна

IV.3.1.2. Продуктивність поведінки

V.3.1.2.1. Споживання інформації

V.3.1.2.2. Творення контенту

V.3.1.2.3. Творення груп

IV.3.1.3. Інтенсивність поведінки

V.3.1.3.1. Багаторазова поведінка

V.3.1.3.2. Довготривала поведінка

ІІІ.3.2. Слактивна СПІП

IV.3.2.1. Вектор поведінки (за оцінкою експертів)

V.3.2.1.1. Нейтральна поведінка

V.3.2.1.2. Пасивна поведінка

IV.3.2.2.Спрямованість поведінки
V.3.2.2.1. Цілеспрямована поведінка
VI.3.2.2.1.1. Усвідомлений слактивізм
VI.3.2.2.1.2. Неусвідомлений слактивізм
V.3.2.2.2. Нецілеспрямована поведінка
IV.3.2.3. Інтенсивність поведінки
V.3.2.3.1. Одноразовий слактивізм
VI.3.2.3.1.1. Нульовий одноразовий слактивізм
VI.3.2.3.1.2. Кількісний слактивізм
V.3.2.3.2. Багаторазовий слактивізм
VI.3.2.3.2.1. Нульовий багаторазовий слактивізм
VI.3.2.3.2.2. Якісний слактивізм

III.3.3. Пасивна СПІП

IV.3.3.1. Спрямованість поведінки
V.3.3.1.1. Цілеспрямована пасивність
VI.3.3.1.1.1. Націлене уникання соціально-політичної інформації
VI.3.3.1.1.2. Ігнорування закликів до діяльності
V.3.3.1.2. Нецілеспрямована пасивність
VI.3.3.1.2.1. Споживання інформації запропонованої алгоритмами
VI.3.3.1.2.2. Мінімальні акти поведінки, абсолютно не пов'язані з СПІП
IV.3.3.2. Інтенсивність пасивності
V.3.3.2.1. Пасивна присутність в інтернеті
V.3.3.2.2. Відсутність в інтернеті

II.4. Диспозиції користувача для прояву СПІП

III.4.1. Риси характеру

IV.4.1.1. Доброта/альтруїзм
IV.4.1.2. Відповідальність
IV.4.1.3. Сміливість
IV.4.1.4. Патріотизм
IV.4.1.5. Комунікабельність
IV.4.1.6. Співчутливість
IV.4.1.7. Лідерство
IV.4.1.8. Лінь
IV.4.1.9. Скептицизм
IV.4.1.10. Егоїзм
IV.4.1.11. Байдужість

III.4.2. Психологічні чинники

IV.4.2.1. Тип особистості
IV.4.2.2. Локус контролю
IV.4.2.3. Самооцінка
IV.4.2.4. Страх критики

IV.4.2.5. (Не)Впевненість
IV.4.2.6. Комплекси
IV.4.2.7. Упередження
IV.4.2.8. Компенсація дефіциту
III.4.3. Політична позиція користувача
III.4.4. Мотивація
IV.4.4.1. Рівень мотивації
IV.4.4.2. Мотиватори СПІП
V.4.4.2.1. СПІП як потреба
V.4.4.2.2. Конструювання образу
V.4.4.2.3. Бажання про себе нагадати
V.4.4.2.4. Бажання бути як усі
V.4.4.2.5. Бажання афіліації
V.4.4.2.6. Аудиторія
V.4.4.2.7. Додатковий засіб для регулювання проблем
V.4.4.2.8. Ефективні та успішні практики СПІП
IV.4.4.3. Демотиватори
V.4.4.3.1. Зневіра
V.4.4.3.2. Негативний досвід
III.4.5. Цінності
IV.4.5.1. Справедливість
IV.4.5.2. Повага до закону
IV.4.5.3. Саморозвиток/самореалізація
IV.4.5.4. Громадянський обов'язок
IV.4.5.5. Суспільне благо
IV.4.5.6. Розвиток суспільства
IV.4.5.7. Рівність
IV.4.5.8. Незалежність
IV.4.5.9. Анонімність

II.5. Ресурси для прояву СПІП
III.5.1. Час
III.5.2. Технічний ресурс
III.5.3. Фінансовий ресурс
III.5.4. Освіта
IV.5.4.1. Загальна
IV.5.4.2. Цифрова
IV.5.4.3. Громадянська
III.5.5. Статус
IV.5.5.1. Реальний
IV.5.5.2. Віртуальний
III.5.6. Соціальні зв'язки
III.5.6. Довіра
IV.5.6.1. Міжособистісна довіра
IV.5.6.2. Інституційна довіра

III.5.7. Популярність

II.6. Роль середовища у проявах СППП

III.6.1. Віртуальне середовище

IV.6.1.1. Вплив інших користувачів

IV.6.1.2. Вплив інтернет-технологій

V.6.1.2.1. Розвинена інфраструктура

V.6.1.2.2. Соціальні мережі

V.6.1.2.3. Спрямованість інтернет-ресурсів

V.6.1.2.4. Інформаційна бульбашка

III.6.2. Реальне середовище

IV.6.2.1. Мікросередовище

V.6.2.1.1. Вплив авторитету

V.6.2.1.2. Виховання

V.6.2.1.3. Вплив однолітків

IV.6.2.2. Мезосередовище

V.6.2.2.1. Вплив студентського самоврядування

V.6.2.2.2. Вплив освітнього середовища

VI.6.2.2.2.1. Групова приналежність

VI.6.2.2.2.2. Особливість освітнього середовища

VI.6.2.2.2.3. Напрямок навчання

VI.6.2.2.2.4. Вибірковий стан дисциплін гуманітарного напряму

V.6.2.2.3. Приналежність до ГО/ПП

V.6.2.2.4. Приналежність до Пласт

V.6.2.2.5. Місце проживання

V.6.2.2.6. Професійне середовище

IV.6.2.3. Макросередовище

V.6.2.3.1. Регіональні відмінності

V.6.2.3.2. Мода

II.7. Проблеми, пов'язані з СППП

III.7.1. Негативний вплив дистанційного навчання

III.7.2. Відсутність громадянської освіти/освіченості

III.7.3. Низький рівень медіаграмотності

III.7.4. Поширення дезінформації/фейки

III.7.5. Непопулярність фактчекінгових організацій

II.8. Поради для регулювання проблем пов'язаних з СППП

III.8.3. Увага держави до поведінки молоді

III.8.4. Підвищення довіри до політичної сфери

III.8.4. Підвищувати обізнаність студентства

III.8.5. Імплементація цифрової освіти та медіаграмотності в структуру загальної освіти

III.8.6. Політика подвійної відповідальності

III.8.7. Ненав'язливість громадянської освіти

III.8.8. Прищеплювати звичку

Додаток 5

Програма кількісного соціологічного дослідження

І. Методологічна частина

І.1. Проблемна ситуація

Під час повномасштабного вторгнення росії в Україну, коли кожен українець намагається проявити свій обов'язок громадянина увійшовши до лав ЗСУ, ТРО, займаючись волонтерством, жертвуючи кошти, не менш важливими стали також і онлайн-практики українців, які не лише дозволяють не зупиняти процеси життєдіяльності держави та суспільства, але сприяють залученню рядових громадян в боротьбу і на інформаційному фронті. Питання проявів соціально-політичної інтернет-поведінки є дуже актуальним саме для студентської молоді, адже це та категорія населення, яка, будучи ядром інтернет-аудиторій, при грамотному та активному використанні сучасних інформаційно-комунікативних технологій стає потенційним агентом змін.

І.2. Тема. Таким чином, виходячи з опису проблемної ситуації, тема соціологічного дослідження може бути сформульована наступним чином: «Особливості віртуальної соціально-політичної поведінки студентства під час війни в Україні»

І.3. Мета

Дослідити особливості соціально-політичної інтернет-поведінки студентів Національного університету «Львівська політехніка»;

І.4. Завдання

1. Проаналізувати досвід соціально-політичної Інтернет-поведінки студентів НУ «ЛП» а також визначити залежність онлайн-практик від наявних у студентів диспозицій, капіталу та середовища.
2. Визначити які в студентів НУ «ЛП» є диспозиції щодо здійснення соціально-політичної інтернет-поведінки, порівняти ці диспозиції в різних курсах та спеціальностях.
3. З'ясувати наявність у студентів НУ «ЛП» капіталу щодо здійснення соціально-політичної інтернет-поведінки.
4. Виявити приналежність студентів НУ «ЛП» до певного середовища.

І.5. Об'єкт дослідження (за критерієм носія проблеми): студенти НУ «ЛП» денної форми навчання.

Об'єкт дослідження (за загальною проблемою): соціально-політична Інтернет-поведінка студентів НУ «ЛП»

І.6. Предмет дослідження: особливості політичної Інтернет-поведінки студентів НУ «ЛП».

І.7. Теоретична інтерпретація базових понять

Відповідно до теорії П. Бурдьє (Бурдьє & Вакан, 2015; Бурдье, 2005; Bourdieu, 1985) визначення основних понять звучать наступним чином:

Соціально-політична інтернет-поведінка – соціальна поведінка онлайн, яка, в залежності від її форми, володіє певним рівнем впливу на регулювання

соціально-політичних питань в суспільстві й може забезпечувати його зміни та поступ (авторське визначення).

Соціально-політична інтернет-технологія - система послідовних дій, які відбуваються за підтримки сучасних інформаційно-комунікативних технологій (інтернет), що сприяють або допомагають досягненню певних соціально-політичних результатів (авторське визначення).

Диспозиції – налаштованість, схильність агента до поведінкового акту чи дії, усвідомлення готовності до оцінки ситуації та здійснення поведінки, що обумовлено попереднім досвідом.

Економічний капітал – володіння матеріальними благами (грошима, товарами тощо);

Культурний капітал – це, в першу чергу, освіта і відповідний диплом;

Соціальний капітал – сукупність реальних або потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства і визнання;

Політичне поле – це місце, де в конкурентній боротьбі між агентами, які виявляються в неї втягнутими, народжується політична продукція, проблеми, програми, аналізи, коментарі, концепції, події

Соціальне поле – багатовимірний простір або середовище, в якому агенти мають схожі цілі та позиції, які не зводяться до намірів індивідуальних агентів.

Віртуальне поле – це не тільки взаємопов'язані комп'ютери і комп'ютерні мережі, але й люди, що перебувають у цьому середовищі разом із продуктами їхньої активності – повідомленнями, особистими веб-сторінками, різноманітними записами, каталогами й архівами тощо.

І.9. Робочі гіпотези дослідження

Гіпотеза-підстава: припускаємо, що соціально-політична інтернет-поведінка студентів НУ «ЛП» має специфічні особливості, тобто дії чи бездіяльність досліджуваних залежить від наявності чи відсутності певних факторів, що передують їхнім інтернет-практикам.

Гіпотези-наслідки:

- припускаємо, що більшість студентів НУ «ЛП» володіють достатнім комплексом диспозицій для здійснення політичної віртуальної поведінки і ці диспозиції проявляються в більшій мірі через активну громадянську позицію;
- припускаємо, що студенти НУ «ЛП» переважно забезпечені ресурсами для здійснення соціально-політичної інтернет-поведінки;
- припускаємо, що студенти є переважно приналежними до різних організацій зі своїм специфічним середовищем;
- припускаємо, що більшість студентів НУ «ЛП» в рівній мірі мають високий досвід соціально-політичної інтернет-поведінки переважно у вигляді активної онлайн-практики.

ІІ. Методична частина

ІІ.1. Обґрунтування вибірки

І. Підбір одиниць першого ступеня. Формування певних позицій, поведінки та культури відбувається саме в молодому віці при всесторонньому

впливі різних фактори: сім'я, освіта, соціальне середовище тощо. Тому, з врахуванням доступності респондентів, для дослідження було відібрано саме студентів НУ «ЛП».

ІІ. Підбір одиниць другого ступеня - визначення об'єму вибіркової сукупності. Розрахунок проводиться за формулою **$n= 1/(\Delta^2+ 1/N)$,** де n – обсяг вибіркової сукупності, Δ – частка заданої похибки вибірки, N – обсяг генеральної сукупності.

За даними Реєстру суб'єктів освітньої діяльності (ЄДБО) станом на початок навчального 2022/2023 року в Національному університеті «Львівська політехніка» на денній формі навчання зафіксовано 24 007 студентів бакалаврського та магістерського рівнів освіти. Це значення буде слугувати генеральною сукупністю.

Розраховуємо вибірку для студентів-соціологів:

$n= 1/(0,05^2+ 1/24007)= 378.$

Відповідно отримуємо:

N – 24 007, *n* =378 при *Δ* =0,05, *P*=0, 954.

Таким чином, для забезпечення рівня репрезентативності 5% при довірчій ймовірності 0,954, треба опитати 378 студентів НУ «ЛП» денної форми навчання.

ІІІ. Підбір одиниць третього ступеня – передбачає точніший відбір респондентів. З метою пропорційного відбору респондентів проводиться вивчення кількісного розподілу студентів окремо по спеціальностях.

	Б	М	Сума	% від N	nj	%Б	%М	njБ	njМ
1 Освіта/Педагогіка	109	93	202	0,8	3	54	46	2	1
2 Культура і мистецтво	682	127	809	3,4	13	84	16	11	2
3 Гуманітарні науки	719	73	792	3,3	12	91	9	11	1
5 Соціальні та поведінкові науки	817	195	1012	4,2	16	81	19	13	3
6 Журналістика	255	21	276	1,1	4	92	8	4	0
7 Управління та адміністрування	1834	600	2434	10,1	38	75	25	29	9

8 Право	979	214	1193	5,0	19	82	18	15	3
10 Природничі науки	181	98	279	1,2	4	65	35	3	2
11 Математика та статистика	340	55	395	1,6	6	86	14	5	1
12 Інформаційні технології	5557	1273	6830	28,5	108	81	19	87	20
13 Механічна інженерія	496	143	639	2,7	10	78	22	8	2
14 Електрична інженерія	546	196	742	3,1	12	74	26	9	3
15 Автоматизація та приладобудування	564	219	783	3,3	12	72	28	9	3
16 Хімічна та біоінженерія	436	254	690	2,9	11	63	37	7	4
17 Електроніка та телекомунікації	537	187	724	3,0	11	74	26	8	3
18 Виробництво та технології	398	126	524	2,2	8	76	24	6	2
19 Архітектура та будівництво	2055	756	2811	11,7	44	73	27	32	12
22 Охорона здоров'я	99	18	117	0,5	2	85	15	2	0
23 Соціальна робота	230	68	298	1,2	5	77	23	4	1

24 Сфера обслуговування	166	41	207	0,9	3	80	20	3	1
26 Цивільна безпека	62	13	75	0,3	1	83	17	1	0
27 Транспорт	652	258	910	3,8	14	72	28	10	4
28 Публічне управління та адміністрування	112	139	251	1,0	4	45	55	2	2
29 Міжнародні відносини	891	123	1014	4,2	16	88	12	14	2
Загалом	18717	5290	24007	100,0	378			295	83

Опитування відбувається випадковим методом.

ІІ.2. Анкета

Просимо Вас взяти участь у соціологічному опитуванні, яке стосується вивчення віртуальної соціально-політичної поведінки студентства під час війни в Україні. Будь ласка, детально ознайомтесь із запитаннями й відзначте ті відповіді, які найбільшою мірою збігаються з Вашою позицією.

Анкета є АНОНІМНОЮ, всі результати дослідження будуть представлені лише в узагальненому вигляді.

Якщо у Вас є бажання дізнатися результати опитування, звертайтесь на пошту romana.r.myshok@lpnu.ua

Q1. Ваша стать

1. Чоловіча
2. Жіноча
3. Інше (99)

Q2. Ваш вік___

Q3. Курс, на якому навчаєтесь

1. 1
2. 2
3. 3
4. 4
5. Магістр 1 курсу
6. Магістр 2 курсу

Q4. Група наук

1. Соціогуманітарні
2. Математико-технічні

Q5. Галузь знань

1 Освіта/Педагогіка
2 Культура і мистецтво
3 Гуманітарні науки
5 Соціальні та поведінкові науки
6 Журналістика
7 Управління та адміністрування
8 Право
10 Природничі науки
11 Математика та статистика
12 Інформаційні технології
13 Механічна інженерія
14 Електрична інженерія
15 Автоматизація та приладобудування
16 Хімічна та біоінженерія
17 Електроніка та телекомунікації
18 Виробництво та технології
19 Архітектура та будівництво
22 Охорона здоров'я
23 Соціальна робота
24 Сфера обслуговування
26 Цивільна безпека
27 Транспорт
28 Публічне управління та адміністрування
29 Міжнародні відносини

Спеціальність, на якій Ви навчаєтесь_____

Q6. Зазначте область, звідки Ви родом *Виберіть лише один варіант.*

1. АР Крим
2. Вінницька
3. Волинська
4. Дніпропетровська
5. Донецька
6. Житомирська
7. Закарпатська
8. Запорізька
9. Івано-Франківська
10. Київська

11.Кіровоградська
12.Луганська
13.Львівська
14.Миколаївська
15.Одеська
16.Полтавська
17.Рівненська
18.Сумська
19.Тернопільська
20.Харківська
21.Херсонська
22.Хмельницька
23.Черкаська
24.Чернівецька
25.Чернігівська

Q7. До вступу в університет Ви проживали у *(Виберіть лише один варіант).*

1. Місті
2. Селищі міського типу (СМТ)
3. Селі

Q8.1. - Q8.7. Зазначте Ваш статус в університеті

1. Просто студент
2. Староста
3. Активіст профбюро
4. Секретар профбюро
5. Голова відділу профбюро
6. Заступник голови інституту
7. Голова інституту

Показники інтернет-присутності

Q9.1. - Q9.7. Які джерела інформації для отримання новин Ви використовували протягом останніх шести місяців?

1. Соціальні мережі, месенджери (Viber, Telegram, YouTube, TikTok, Facebook,Twitter, Instagram);
2. Інтернет (не включаючи соціальні мережі)
3. Телебачення
4. Радіо
5. Друковані ЗМІ
6. Безпосереднє спілкування з родичами, друзями, знайомими
7. Інше:

Q10. Якими соціальними мережами та месенджерами Ви користуєтесь найбільше?

1. Viber
2. Telegram
3. WhatsAp
4. YouTube
5. TikTok
6. Facebook
7. Twitter
8. Instagram
9. Ніякими
10. Інше: Discord
11. Інше: Reddit
12. Інше: Московські прогандистські ресурси

Q11. Як часто Ви користуєтесь мережею Інтернет (із соцмережами включно)?

Виберіть лише один варіант.

1. Щодня (більше 3 год)
2. Щодня (менше 3 год)
3. Раз на кілька днів
4. Кілька разів на тиждень
5. Кілька разів на місяць
6. Взагалі не користуюсь

Q12. До яких з поданих нижче статусів в інтернеті Ви належите?

Виберіть усе, що підходить.

1. Просто користувач
2. Адміністратор груп
3. Блогер з аудиторією менше 10 000 підписників
4. Блогер з аудиторією більше 10 000 підписників
5. Інфлюенсер (користувач, який своєю думкою або уподобаннями може впливати на інших людей)
6. Жоден із запропонованих
7. Інше: Content creator
8. Інше: Людина, що надає послуги
9. Інше: Таргетолог

Q13. Якими пристроями Ви користуєтесь для входу в мережу Інтернет в останні шість місяців? *Виберіть усе, що підходить.*

1. Стаціонарний комп’ютер/ПК
2. Нетбук/ноутбук
3. Смартфон
4. Планшет

5. Смарт-гаджети (смарт-годинник, смарт-ТВ)
6. Не користуюсь інтернетом

Показники інтернет-поведінки

Q14. Вкажіть рівень вашої взаємодії з контентом на соціально-політичну тематику, наприклад, на тему війни. *У кожному рядку виберіть лише один варіант.*

	1.Кілька разів на день	2.Раз в день	3.Кілька разів на тиждень	4.Один раз на тиждень	5.Кілька разів на місяць	6.Один раз в місяць і рідше	7. Зовсім цього не роблю
Q14.1. Читаю інформацію з новинної стрічки у соціальних мережах чи з початкової сторінки гугл							
Q14.2. Читаю інформацію з груп, каналів, на які підписався у соціальних мережах							
Q14.3. Націлено шукаю і читаю конкретну інформацію з різних інтернет-ресурсів (наприклад, з офіційних сайтів міністерств)							
Q14.4. Займаюсь фактчекінгом (перевіркою достовірності інформації)							

Q14.5. Лайкаю/дизлайкаю інформацію стосовно теми війни							
Q14.6. Встановлюю патріотичні або тематичні аватари							
Q14.7. Пишу відгуки на інформацію стосовно теми війни в коментарях у соціальних мережах чи на форумах							
Q14.8. Поширюю інформацію стосовно теми війни(репости)							
Q14.9. Створюю власний контент на тему війни (пости, фото, відео) на особистій сторінці у соцмережах чи сайті							
Q14.10. Створюю контент для груп/каналів/спільнот (як адмін або як учасник)							
Q14.11. Організовую зустрічі, мітинги, протести за допомогою інтернету							

Q15. Наскільки активно за останні шість місяців Ви проявляли такі форми соціально-політичної інтернет-поведінки. *У кожному рядку виберіть лише один варіант.*

	1.Регулярно	2.Інколи	3.Рідко	4.Не роблю взагалі	5.Не знаю, як це робити
Q15.1. Користуюся послугами порталу чи додатку «Дія»					
Q15.2. Отримую електронні державні послуги (е-реєстрація, е-довідка, е-черга)					
Q15.3. Підтримую або ініціюю електронні петиції, звернення до органів державної влади, місцевого самоврядування тощо (е-петиції, е-звернення, е-скарги)					
Q15.4. Надсилаю електронні запити щодо отримання публічної інформації, створеної суб'єктами владних повноважень (е-запити)					
Q15.5. Відстежую інформацію щодо звітності за прибутками та видатками чиновників, прозорості фінансових операцій чиновників, звітів їх діяльності на посаді (е-декларації, е-звіти)					
Q15.6. Відстежую інформацію про результати проходження					

різноманітних конкурсних проєктів, тендерів на закупівлю товарів або послуг державними установами, витрачання бюджетних коштів (е-бюджет, е-тендери, е-закупівлі, система ProZorro)					
Q15.7. Беру участь в е-тендерах, підтримую або ініціюю бюджетну участь онлайн.					

Q16. Чи проявляли Ви за останні шість місяців такі форми інтернет-поведінки:

У кожному рядку виберіть лише один варіант.

	1.Регулярно	2.Інколи	3.Рідко	4.Не роблю взагалі	5.Не знаю, як це робити
Q16.1. Споживаєте контент з "піратських" сайтів					
Q16.2. Націлено пишете емоційні коментарі під інформацією для розгортання сварок в інтернеті					
Q16.3. Користуєтесь анонімними акаунтами у соціальних мережах в особистих цілях					
Q16.4. Користуєтесь анонімними акаунтами для робочих цілей					
Q16.5. Зламуєте сторінки соціальних мереж або сайти в особистих інтересах					
Q16.6. Проявляєте діяльність на					

кіберфронті (блокування російської пропаганди, зламування російських сайтів тощо)					
Q16.7. Донатите онлайн на ЗСУ					
Q16.8. Донатите онлайн на підтримку постраждалих від війни в Україні					

Q17. Як би Ви оцінили рівень своєї соціально-політичної інтернет-поведінки?

Виберіть лише один варіант.

1. Активний у прояві соціально-політичної інтернет-поведінки
2. Моя соціально-політична інтернет-поведінка середнього рівня
3. Проявляю низький рівень соціально-політичної інтернет-поведінки
4. Взагалі не проявляю такої поведінки в інтернеті, надаю перевагу іншій діяльності
5. Уникаю все, що пов'язано з соціально-політичною тематикою
6. Не знаю взагалі про таку поведінку

Особистісні риси

Q18. На якому рівні для Вас є характерними:

У кожному рядку виберіть лише один варіант.

	1.Не вважаю себе таким(ою)	2.Низький рівень	3.Середній рівень	4.Високий рівень	88.Важко відповісти
Q18.1. Альтруїзм					
Q18.2. Егоїзм					
Q18.3. Відповідальність					
Q18.4. Сміливість у висловленні своєї позиції					
Q18.5. Патріотизм					
Q18.6. Комунікабельність					
Q18.7. Співчутливість					

Q18.8. Впевненість					
Q18.9. Лідерство					
Q18.10. Лінь					
Q18.11. Скептицизм					
Q18.12. Байдужість					

Q19. Чи відчуваєте Ви страх піддатися критиці з боку інших користувачів під час проявів певних форм інтернет-поведінки? *Виберіть лише один варіант.*

1. Так, кожного разу
2. Так, але не завжди
3. Ні, ніколи, бо мені байдуже до критики
4. Ні, ніколи, бо я завжди знаю, що відповісти
5. Інше: Ніжки в інтернеті не дискотую
6. Інше: Ні, не відчуваю страх. сприймаю та вислуховую адекватну критику.
7. Інше: Мені байдуже до критики всіх, окрім дуже близьких людей.
8. Інше: Ні, ніколи, бо мені байдуже на інтернет критику
9. Інше: Ні, не боюся. Готовий сприймати як похвалу так і критику. Це нормально
10. Інше: Ні, бо не виявляю активності в інтернеті

88.Важко відповісти

Q 20. Як Ви вважаєте, чи може Ваша поведінка в інтернеті якось вплинути на соціально-політичні процеси у державі? *Виберіть лише один варіант.*

1. Так
2. Скоріше так, ніж ні
3. Скоріше ні, ніж так
4. Ні

88.Важко відповісти

Q21. Чи можна сказати, що у Вас є політична позиція? *Виберіть лише один варіант.*

1. Так
2. Ні

88.Важко відповісти

Q22. Хто (що) може впливати на формування чи зміну Ваших думок та позицій?

Виберіть усе, що підходить.

1. ЗМІ (телебачення, газети, радіо, інтернет)
2. Сім'я/ Родина

3. Друзі
4. Однолітки/Одногрупники
5. Колеги
6. Викладачі
7. Блогери/Інфлюенсери
8. Ніхто
9. Переважно Ви є авторитетом для інших
10. Важко відповісти

Q23. Вкажіть рівень вашої зацікавленості політикою в цілому. *Виберіть лише один варіант.*

1. Дуже цікавить
2. Цікавить
3. Практично не цікавить
4. Зовсім не цікавить

Q24. Відзначте рівень Вашої довіри до наступних інститутів
У кожному рядку виберіть лише один варіант.

	1.Зовсім не довіряю	2.Скоріше не довіряю	3.Скоріше довіряю	4.Повністю довіряю	88.Важко відповісти
Q24.1. Сім'я					
Q24.2. Друзі, однолітки					
Q24.3. Органи центральної влади					
Q24.4. Органи місцевої влади					
Q24.5. Судова система в цілому					
Q24.6. Політика в цілому					
Q24.7. Інструменти е-демократії					
Q24.8. Кібербезпека					

Q25. Чи вивчали (вивчаєте) Ви в університеті дисципліни, які дотично або безпосередньо стосувалися громадянської/соціально-політичної тематики?
Виберіть лише один варіант.

Так, у мене було багато таких дисциплін
Так, було одна чи дві дисципліни

Ні, не вивчали таких дисциплін взагалі
Ні, такі дисципліни особисто мені не потрібні
Не знаю про які дисципліни іде мова
Інше: На парах з української мови обговорювали мовну політику росії щодо України.

Q26. Що може Вас мотивувати до проявів соціально-політичної інтернет-поведінки?

Виберіть усе, що підходить.

1. Інтернет-поведінка може допомогти при вирішенні певних соціально-політичних питань
2. Власний позитивний досвід соціально-політичної інтернет-поведінки
3. Приклад інтернет-поведінки інших користувачі
4. Проявляти поведінку в інтернеті – це нагадувати про своє існування в інтернеті
5. Проявляти поведінку в інтернеті – це бути як усі, не виділятися
6. Проявляти інтернет-поведінку на користь спільноти, групи, до якої належиш
7. Якщо попросять інші користувачі
8. Наявність великої аудиторії
9. Це необхідно для мого віртуального образу
10. Мене нічого не мотивує
11. Інше: Якщо мені є що сказати, стосовно ситуації

Інше: Не маю бажання там висловлюватися,моя думка це моя думка
Інше: Бажання дискутувати, процес побудови аргументів самоцінний для мене
Інше: Вона є нормальним наслідком перебування людини у суспільстві, яке вона вважає громадянським суспільством
Інше: Не бачу потреби в мотивації в тій сфері, яка мене не цікавить

Q27. Наскільки для Вас є важливими цінності:

У кожному рядку виберіть лише один варіант.

	1.Зовсім неважливо	2.Практично не важливо	3.Важливо	4.Дуже важливо	88.Важко відповісти
Q27.1. Справедливість					
Q27.2. Демократія					
Q27.3. Повага до закону					

Q27.4. Саморозвиток/ самореалізація					
Q27.5. Громадянський обов'язок					
Q27.6. Суспільне благо					
Q27.7. Розвиток суспільства					
Q27.8. Рівність					
Q27.9. Незалежність					
Q27.10. Толерантність					
Q27.11. Анонімність					

Становище студентів

Q28. Зазначте

У кожному рядку виберіть лише один варіант.

	Так	Ні
Q28.1. Чи є Ви членом політичної партії?		
Q28.2. Чи є Ви членом громадського об'єднання?		
Q28.3. Чи належите до організації «Пласт»?		
Q28.4. Чи Ви працюєте(офіційно/ неофіційно)?		
Q28.5. Одружений/заміжня?		

Q29. Оцініть рівень Вашого поточного матеріального становища

Виберіть лише один варіант.

1. Ні в чому себе не обмежую
2. Обмежую себе лише у великих покупках (авто, квартира і т.д.)
3. Обмежую себе у покупках середньої вартості (комп’ютери, гаджети тощо)
4. Вистачає лише на найнеобхідніші речі (їжа, одяг тощо)

Q30. Чи працювали (працюєте) Ви коли-небудь на керівній посаді (управляєте принаймні кількома працівниками)? *Виберіть лише один варіант.*

1. Так, займаєте керівну посаду і зараз
2. Так, колись працювали, але зараз не працюєте
3. Ні, ніколи не були керівником

Q31. Чи вважаєте Ви себе публічною людиною? *Виберіть лише один варіант.*

1. Так
2. Ні

88.Важко відповісти

Медіаграмотність

Q32. Якою мірою Ви довіряєте інформації в інтернеті з наступних джерел? *У кожному рядку виберіть лише один варіант.*

	1.Зовсім не довіряю	2.Скоріше не довіряю	3.Скоріше довіряю	4.Повністю довіряю	88.Важко відповісти
Q32.1. Загальнонаціональні інтернет-медіа					
Q32.2. Регіональні інтернет-медіа					
Q32.3. Західні інтернет-медіа					
Q32.4. Офіційні сайти/сторінки українських міністерств					
Q32.5. Офіційні сторінки, канали, групи українських високопосадовців (Президента, міністрів, мерів тощо)					
Q32.6. Сторінкам громадських організацій					
Q32.7. Інформації від					

блогерів/інфлюенсерів					
Q32.8. Сторінкам друзів/колег/знайомих					
Q32.9. Сторінкам родичів					

Q33. Як Ви перевіряєте правдивість інформації з інтернету ? *Виберіть усе, що підходить.*

1. Ніяк
2. Читаю про новину з різних джерел, не пов'язаних між собою
3. Оцінюю авторитетність джерела
4. Розмірковую про те, кому вигідно саме так трактувати події
5. Сприймаю цю інформацію як одну з можливих версій подій
6. Звертаюсь до організацій, які перевіряють факти
7. Інше: На картах гадаю чи правильна інформація
8. Інше: Шукаю першоджерело

Q34. Хто в першу чергу має вживати заходів, щоб у соціальних мережах не розповсюджувалися фейки та дезінформація? *Виберіть усе, що підходить.*

1. Власники і керівники соціальних мереж
2. Держава
3. Користувачі соціальних мереж
4. Громадські організації
5. Міжнародні організації (Європарламент, ОБСЄ тощо)
6. Система формальної освіти (школи, університети тощо)
7. Інше: Ніхто, свобода слова понад усе

Q35. Відзначте, будь ласка, Вашу обізнаність стосовно наступних ресурсів: *У кожному рядку виберіть лише один варіант.*

	1.Нічого не знаю	2.Знаю про такий ресурс, але не читаю	3.Знаю, але читаю нечасто	4.Знаю і часто читаю
Q35.1. StopFake				
Q35.2. VoxUkraine				
Q35.3. По той бік новин				
Q35.4. Детектор медіа				
Q35.5. Інститут масової інформації(IMI)				

Q35.6. Без Брехні				
Q35.7. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки				
Q35.8. Texty.org				

Щиро дякуємо за Ваші відповіді!

Додаток 6

Результати факторного аналізу

Для здійснення факторного аналізу було обрано з масиву даних 26 змінних, які описували досвід респондентів з приводу неформалізованої (Q14.1-Q14.11), формалізованої (Q15.1-Q15.7), асоціальної/просоціальної (Q16.1-Q16.8) соціально-політичної інтернет-поведінки.

Здійснюючи факторний аналіз (методом Варімакс), для початку потрібно розглянути результати тесту «КМО», які дозволяють зробити висновок про загальну придатність даних для аналізу. У випадку обраних груп змінних він дорівнював для неформалізованої 0,808; формалізованої – 0,757; асоціальної/просоціальної – 0,636, що означає прийнятність побудованих факторних моделей. Також значимість тесту «Bartlett» (Sig.) для усіх груп становить 0,000. Це означає, що вихідна гіпотеза про відсутність кореляційної залежності між змінними, які беруть участь в факторному аналізі, може бути відхилена з ймовірністю помилки 0,000, тобто вона неправильна, а, отже, свідчить про те, що кореляційні зв'язки між змінними вихідного масиву існують і можлива їх угруповання на підставі тісноти кореляції.

Виведені кореляційні матриці дозволяють бачити силу зв'язку між змінними. Зміни, сила зв'язку яких наближається до 1 (але не менше 0,5), можемо віднести до одного фактору.

Матриця для неформалізованої СППП				
	Компонента			
	1	2	3	Назва фактору
Q14.8. Поширюю інформацію стосовно теми війни(репости)		,730		Прості дії в інтернеті
Q14.7. Пишу відгуки на інформацію стосовно теми війни в коментарях у соціальних мережах чи на форумах		,721		
Q14.6. Встановлюю патріотичні або тематичні аватари		,704		
Q14.5. Лайкаю/дизлайкаю інформацію стосовно теми війни		,669		
Q14.2. Читаю інформацію з груп, каналів, на які підписався у соціальних мережах	,704			Споживання інформації
Q14.3. Націлено шукаю і читаю конкретну інформацію з різних інтернет-ресурсів (наприклад, з офіційних сайтів міністерств)	,686			
Q14.1. Читаю інформацію з новинної стрічки у соціальних мережах чи з початкової сторінки гугл	,679			
Q14.4. Займаюсь фактчекінгом (перевіркою достовірності інформації)	,674			

Q14.10. Створюю контент для груп/каналів/спільнот (як адмін або як учасник)			,805	Творення контенту та мобілізація
Q14.11. Організовую зустрічі, мітинги, протести за допомогою інтернету			,782	
Q14.9. Створюю власний контент на тему війни (пости, фото, відео) на особистій сторінці у соцмережах чи сайті			,554	

Матриця для неформалізованої СППП			
	Компонента		
	1	2	Назва фактору
Q15.1. Користуюся послугами порталу чи додатку «Дія»		,815	Е-демократія для особистих потреб
Q15.2. Отримую електронні державні послуги (е-реєстрація, е-довідка, е-черга)		,805	
Q15.3. Підтримую або ініціюю електронні петиції, звернення до органів державної влади, місцевого самоврядування тощо (е-петиції, е-звернення, е-скарги)		,715	
Q15.4. Надсилаю електронні запити щодо отримання публічної інформації, створеної суб'єктами владних повноважень (е-запити)	,641		Е-демократія для громадських потреб
Q15.5. Відстежую інформацію щодо звітності за прибутками та видатками чиновників, прозорості фінансових операцій чиновників, звітів їх діяльності на посаді (е-декларації, е-звіти)	,804		
Q15.6. Відстежую інформацію про результати проходження різноманітних конкурсних проєктів, тендерів на закупівлю товарів або послуг державними установами, витрачання бюджетних коштів (е-бюджет, е-тендери, е-закупівлі, система ProZorro)	,833		
Q15.7. Беру участь в е-тендерах, підтримую або ініціюю бюджетну участь онлайн	,693		

Матриця для асоціальної/просоціальної СППП				
	Компонента			
	1	2	3	Назва фактору

Q16.1. Споживаєте контент з "піратських" сайтів		,551		Асоціальна СПІП для особистих потреб
Q16.2.Націлено пишете емоційні коментарі під інформацією для розгортання сварок в інтернеті		,612		
Q16.3. Користуєтесь анонімними акаунтами у соціальних мережах в особистих цілях		,797		
Q16.4. Користуєтесь анонімними акаунтами для робочих цілей		,731		
Q16.5. Зламуєте сторінки соціальних мереж або сайти в особистих інтересах			,962	
Q16.6. Проявляєте діяльність на кіберфронті (блокування російської пропаганди, зламування російських сайтів тощо)	,660			Просоціальна СПІП на благо суспільства
Q16.7. Донатите онлайн на ЗСУ	,856			
Q16.8. Донатите онлайн на підтримку постраждалих від війни в Україні	,848			

Додаток 7

Таблиці розподілів відповідей респондентів

Таблиця 1. Статево-віковий розподіл респондентів

		Q1. Ваша стать			Загалом
		Чоловіча	Жіноча	Інше	
Q2. Ваш вік	16	0	2	0	2
	17	26	36	0	62
	18	30	38	0	68
	19	27	53	1	81
	20	35	39	0	74
	21	26	34	2	62
	22	13	7	0	20
	23	6	0	0	6
	26	0	1	0	1
	30	1	0	0	1
	42	1	0	0	1
Загалом		165	210	3	378

Таблиця 2. Q3. Курс, на якому навчаєтесь

Курс	Частота	Відсоток
1	77	20,4
2	71	18,8
3	94	24,9
4	58	15,3
Магістр 1 курсу	69	18,3
Магістр 2 курсу	9	2,4
Загалом	378	100,0

Таблиця 3. Q6. Зазначте область, звідки Ви родом

	Частота	Відсоток
Вінницька	5	1,3
Волинська	12	3,2
Дніпропетровська	5	1,3
Донецька	6	1,6
Житомирська	2	,5
Закарпатська	10	2,6
Запорізька	5	1,3
Івано-Франківська	23	6,1
Київська	7	1,9
Кіровоградська	4	1,1

Львівська	211	55,8
Миколаївська	4	1,1
Одеська	4	1,1
Полтавська	2	,5
Рівненська	28	7,4
Сумська	4	1,1
Тернопільська	18	4,8
Харківська	3	,8
Херсонська	4	1,1
Хмельницька	11	2,9
Черкаська	3	,8
Чернівецька	5	1,3
Чернігівська	2	,5
Загалом	378	100,0

Таблиця 4. Q7. До вступу в університет Ви проживали у

	Частота	Відсоток
Місто	271	71,7
Селище міського типу (СМТ)	21	5,6
Село	86	22,8
Загалом	378	100,0

Таблиця 5. Q8. Зазначте Ваш статус в університеті *(множинний вибір)*

Статус	Кількість	Відсоток
Просто студент	309	81,7
Староста	49	18,3
Активіст профбюро	22	5,8
Секретар профбюро	3	0,8
Голова відділу профбюро	4	1,1
Заступник голови інституту	1	0,3
Голова інституту	4	1,1

Таблиця 6. Q9. Які джерела інформації для отримання новин Ви використовували протягом останніх шести місяців? *(множинний вибір)*

Джерело інформації	Частота	Відсоток
Соціальні мережі, месенджери (Viber, Telegram, YouTube, TikTok, Facebook,Twitter, Instagram)	374	98,9
Інтернет (не включаючи соціальні мережі)	194	51,3

Телебачення	81	21,4
Радіо	48	12,7
Друковані ЗМІ	10	2,6
Безпосереднє спілкування з родичами, друзями, знайомими	222	58,7
Інше: інформація від близьких, що знаходяться в ЗСУ або на високій військовій посаді	1	0,3

Таблиця 7. Q10. Якими соціальними мережами та месенджерами Ви користуєтесь найбільше? *(множинний вибір)*

Віковий розподіл

	16	17	18	19	20	21	22	23 і старше	Загалом	Відсоток
Viber	0	19	15	17	14	17	11	3	96	25,4
Telegram	2	62	67	81	73	62	20	9	376	99,5
WhatsAp	0	1	2	6	4	7	3	1	24	6,3
YouTube	2	39	45	56	48	46	16	8	260	68,8
TikTok	1	46	37	41	29	33	7	2	196	51,9
Facebook	0	4	7	8	13	17	4	4	57	15,1
Twitter	0	5	11	15	14	15	2	2	64	16,9
Instagram	2	57	53	57	54	49	15	4	291	77,5

Таблиця 8. Q11. Як часто Ви користуєтесь мережею Інтернет (із соцмережами включно)?

Віковий розподіл

		Q11. Як часто Ви користуєтесь мережею Інтернет (із соцмережами включно)?				Загалом
		Щодня (більше 3 год)	Щодня (менше 3 год)	Раз на кілька днів	Кілька разів на тиждень	
Q2. Ваш вік	16	2	0	0	0	2
	17	52	9	1	0	62
	18	60	8	0	0	68
	19	69	11	1	0	81
	20	64	10	0	0	74
	21	53	8	0	1	62
	22	17	3	0	0	20
	23	5	0	0	1	6
	26	0	1	0	0	1
	30	0	1	0	0	1
	42	0	1	0	0	1
Загалом		322	52	2	2	378

Таблиця 9. Q24. Відзначте рівень Вашої довіри до наступних інститутів (у %)

Соціальна інституція	Зовсім не довіряю	Скоріше не довіряю	Скоріше довіряю	Повністю довіряю	Важко відповісти	Баланс довіри
Q24.1. Сім'я	0,3	6,1	33,6	58,5	1,6	85,7
Q24.2. Друзі, однолітки	0,3	12,4	66,1	17,7	3,4	71,1
Q24.3. Органи центральної влади	5	21,2	55,3	11,1	7,4	40,2
Q24.4. Органи місцевої влади	6,1	30,4	49,7	6,1	7,7	19,3
Q24.5. Судова система в цілому	12,2	42,9	30,7	1,3	13	-23,1
Q24.6. Політика в цілому	7,7	42,1	33,1	3,4	13,8	-13,3
Q24.7. Інструменти е-демократії	2,9	17,7	44,2	14,3	20,9	37,9
Q24.8. Кібербезпека	2,1	12,7	57,1	18,5	9,5	60,8

Таблиця 10. Q32. Якою мірою Ви довіряєте інформації в інтернеті з наступних джерел? (у %)

Інтернет-джерело	Зовсім не довіряю	Скоріше не довіряю	Скоріше довіряю	Повністю довіряю	Важко відповісти	Баланс довіри
Q32.1. Загальнонаціональні інтернет-медіа	3,4	22	60,6	7,7	6,3	42,9
Q32.2. Регіональні інтернет-медіа	2,6	23,8	58,5	5	10,1	37,1
Q32.3. Західні інтернет-медіа	1,1	19,3	63,8	5,8	10,1	49,2
Q32.4. Офіційні сайти/сторінки українських міністерств	1,6	5,8	48,4	39,4	4,8	80,4

Q32.5. Офіційні сторінки, канали, групи українських високопосадовців (Президента, міністрів, мерів тощо)	3,2	5,8	51,1	35,7	4,2	77,8
Q32.6. Сторінкам громадських організацій	1,9	18,5	62,2	6,1	11,4	47,9
Q32.7. Інформації від блогерів/інфлюенсерів	13,5	47,9	24,9	0,8	13	-35,7
Q32.8. Сторінкам друзів/колег/знайомих	4,5	34,7	45,5	3,4	11,9	9,7
Q32.9. Сторінкам родичів	9	29,1	38,6	6,1	17,2	6,6

Таблиця 11. Q25. Чи вивчали (вивчаєте) Ви в університеті дисципліни, які дотично або безпосередньо стосувалися громадянської/соціально-політичної тематики?

	Частота	%
Так, у мене було багато таких дисциплін	33	8,7
Так, було одна чи дві дисципліни	168	44,4
Ні, не вивчали таких дисциплін взагалі	130	34,4
Ні, такі дисципліни особисто мені не потрібні	18	4,8
Не знаю про які дисципліни іде мова	28	7,4
Інше	1	,3
Загалом	378	100,0

Таблиця 12. Q14.4. Вкажіть рівень вашої взаємодії з контентом на соціально-політичну тематику, наприклад, на тему війни: Займаюсь фактчекінгом (перевіркою достовірності інформації)

Частота фактчекінгу	Частота	%
Кілька разів на день	64	16,9
Раз в день	56	14,8
Кілька разів на тиждень	87	23,0
Один раз на тиждень	33	8,7
Кілька разів на місяць	42	11,1
Один раз в місяць і рідше	27	7,1
Зовсім цього не роблю	69	18,3

Итого	378	100,0

Таблиця 13. Q33. Як Ви перевіряєте правдивість інформації з інтернету ?

Спосіб фактчекінгу	Частота	%
Ніяк	16	4,2
Читаю про новину з різних джерел, не пов’язаних між собою	308	81,5
Оцінюю авторитетність джерела	261	69
Розмірковую про те, кому вигідно саме так трактувати події	172	45,5
Сприймаю цю інформацію як одну з можливих версій подій	196	51,9
Звертаюсь до організацій, які перевіряють факти	35	9,3
Інше: На картах гадаю чи правильна інформація, Шукаю першоджерело	2	0,5

Таблиця 14. Q35. Відзначте, будь ласка, Вашу обізнаність стосовно наступних ресурсів:

Фактчекінгові організації	1.Нічого не знаю	2.Знаю про такий ресурс, але не читаю	3.Знаю, але читаю нечасто	4.Знаю і часто читаю	% тих, кому відомий ресурс
Q35.1. StopFake	53,4	28	15,3	3,2	46,5
Q35.2. VoxUkraine	74,1	15,1	9,8	1,1	26
Q35.3. По той бік новин	74,6	14,8	9,3	1,3	25,4
Q35.4. Детектор медіа	69,6	15,3	11,4	3,7	30,4
Q35.5. Інститут масової інформації(IMI)	63	23,8	11,1	2,1	37
Q35.6. Без Брехні	73,3	17,7	7,7	1,3	26,7
Q35.7. Центр стратегічних комунікацій та	56,6	24,3	15,6	3,4	43,3

інформаційної безпеки					
Q35.8. Texty.org	83,6	9,8	6,1	0,5	16,4

Таблиця 15. Q34. Хто в першу чергу має вживати заходів, щоб у соціальних мережах не розповсюджувалися фейки та дезінформація? Виберіть усе, що підходить.

Відповідальність за контент	Частота	%
Власники і керівники соціальних мереж	253	66,9
Держава	141	37,3
Користувачі соціальних мереж	272	72
Громадські організації	78	20,6
Міжнародні організації (Європарламент, ОБСЄ тощо)	35	9,3
Система формальної освіти (школи, університети тощо)	49	13
Інше: Ніхто, свобода слова понад усе	1	0,3

Додаток 8

Таблиці кореляційного аналізу

Таблиця 1.1.

Залежність неформалізованої інтернет-поведінки та рис характеру особистості (p=5%)

Риса характеру	Хі-квадрат	V-Крамера
Альтруїзм	,001	0,183
Егоїзм	0,093	
Відповідальність	0	0,225
Сміливість у висловленні своєї позиції	0,17	
Патріотизм	0,002	0,18
Комунікабельність	0,041	0,157
Співчутливість	0,04	0,157
Впевненість	0	0,314
Лідерство	0	0,195
Лінь	0,296	
Скептицизм	0,189	
Байдужість	0	0,192

Таблиця1.2.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q18.3. Відповідальність	Не вважаю себе таким(ою)	0	1	0	2	1	1	1	6
	Низький рівень	0	0	1	4	6	1	0	12
	Середній рівень	0	3	16	35	41	6	0	101
	Високий рівень	1	10	56	93	78	16	0	254

	Важко відповісти	0	0	0	2	2	1	0	5
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 2.1.

Залежність формалізованої інтернет-поведінки та рис характеру особистості (p=5%)

Риса характеру	Хі-квадрат	V-Крамера	С спряженості
Альтруїзм	0,358		0,21
Егоїзм	0,89		
Відповідальність	0,073		
Сміливість у висловленні своєї позиції	0,008	0,147	0,283
Патріотизм	0,026	0,138	0,266
Комунікабельність	0,018	0,141	0,271
Співчутливість	0,939		
Впевненість	0,129		
Лідерство	0,001	0,16	0,305
Лінь	0,932		
Скептицизм	0,003	0,154	0,294
Байдужість	0,096		

Таблиця 2.2.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q18.9. Лідерство	Не вважаю себе таким(ою)	0	1	19	2	0	22
	Низький рівень	1	10	47	5	1	64
	Середній рівень	4	50	104	24	3	185

	Високий рівень	8	38	45	5	0	96
	Важко відповісти	0	1	8	2	0	11
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 3.1.

Залежність асоціальної інтернет-поведінки та рис характеру особистості (p=5%)

Риса характеру	Хі-квадрат	V-Крамера	С спряженості
Альтруїзм	,005	0,151	0,289
Егоїзм	0,01	0,146	0,279
Відповідальність	0	0,18	0,339
Сміливість у висловленні своєї позиції	0,456		
Патріотизм	0	0,237	0,428
Комунікабельність	0,002	0,156	0,298
Співчутливість	0,258		
Впевненість	0,563		
Лідерство	0,056		
Лінь	0	0,169	0,32
Скептицизм	0,045	0,133	0,257
Байдужість	0	0,171	0,323

Таблиця 3.2.

		Індекс асоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q18.5. Патріотизм	Не вважаю себе таким(ою)	1	1	7	0	0	9
	Низький рівень	0	1	16	1	0	18
	Середній рівень	0	15	56	25	2	98
	Високий рівень	0	9	164	72	0	245

	Важко відповісти	0	0	3	4	1	8
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 4.1.

Залежність просоціальної інтернет-поведінки та рис характеру особистості (p=5%)

Риса характеру	Хі-квадрат	V-Крамера	С спряженості
Альтруїзм	0,231		
Егоїзм	0,523		
Відповідальність	0	0,192	0,358
Сміливість у висловленні своєї позиції	0,002	0,157	0,3
Патріотизм	0	0,211	0,388
Комунікабельність	0,001	0,162	
Співчутливість	0,124		
Впевненість	0,424		
Лідерство	0,001	0,163	0,31
Лінь	0,008	0,147	0,282
Скептицизм	0,445		
Байдужість	0,001	0,164	0,311

Таблиця 4.2.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q18.5. Патріотизм	Не вважаю себе таким(ою)	0	3	5	1	0	9
	Низький рівень	0	4	9	5	0	18
	Середній рівень	15	42	35	4	2	98
	Високий рівень	79	104	57	5	0	245
	Важко відповісти	2	0	5	1	0	8
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 4.3.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q18.12. Байдужість	Не вважаю себе таким(ою)	17	26	14	4	0	61
	Низький рівень	57	76	46	1	0	180
	Середній рівень	17	36	35	9	2	99
	Високий рівень	1	11	15	1	0	28
	Важко відповісти	4	4	1	1	0	10
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 5

		Q14.7. Пишу відгуки на інформацію стосовно теми війни в коментарях у соціальних мережах чи на форумах							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q19. Чи відчуваєте Ви страх піддатися критиці з боку інших користувачів під час	Так, кожного разу	0	0	0	3	0	2	15	20
	Так, але не завжди	2	2	12	6	16	18	74	130
	Ні, ніколи, бо мені байдуже	3	3	16	1	4	8	73	108

	до критики								
	Ні, ніколи, бо я завжди знаю, що відповісти	2	0	19	10	10	10	33	84
	Інше	0	0	0	0	0	0	1	1
	Інше	0	0	0	0	0	0	1	1
	Інше	0	0	0	1	0	0	0	1
	Інше	0	0	0	0	0	0	1	1
	Інше	0	1	0	0	0	0	0	1
	Інше	0	0	0	0	0	0	1	1
	Важко відповісти	1	0	2	2	1	2	22	30
Всього		8	6	49	23	31	40	221	378

Таблиця 6.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та віри студентів в силу цієї поведінки (p=5%)

Форма інтернет-поведінки	Хі-квадрат	V-Крамера
Неформалізована	0	0,231
Формалізована	0,001	0,159
Асоціальна	0,32	
Просоціальна	0	0,194

Таблиця 6.2.

	Індекс неформалізованої СПІП							Всього
	Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	

Q 20. Як Ви вважаєте, чи може Ваша поведінка в інтернеті якось вплинути на соціально-політичні процеси у державі?	Так	0	3	20	20	9	0	0	52
	Скоріше так, ніж ні	1	9	28	48	39	3	0	128
	Скоріше ні, ніж так	0	2	23	43	55	12	0	135
	Ні	0	0	1	16	20	9	0	46
	Важко відповісти	0	0	1	9	5	1	1	17
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 6.3.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q 20. Як Ви вважаєте, чи може Ваша поведінка в інтернеті якось вплинути на соціально-політичні процеси у державі?	Так	3	22	24	3	0	52
	Скоріше так, ніж ні	4	41	72	9	2	128
	Скоріше ні, ніж так	6	34	78	15	2	135
	Ні	0	3	33	10	0	46
	Важко відповісти	0	0	16	1	0	17
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 6.4.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
	Так	18	22	10	2	0	52

Q 20. Як Ви вважаєте, чи може Ваша поведінка в інтернеті якось вплинути на соціально-політичні процеси у державі?	Скоріше так, ніж ні	42	60	23	3	0	128
	Скоріше ні, ніж так	34	47	47	5	2	135
	Ні	0	14	26	6	0	46
	Важко відповісти	2	10	5	0	0	17
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 7.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та диспозицій до політики (p=5%)

Диспозиція до політики	Форма інтернет-поведінки	Хі-квадрат	V-Крамера
Наявність політичної позиції	Неформалізована	0,002	0,289
	Формалізована	0,002	0,179
	Асоціальна	0	0,222
	Просоціальна	0	0,276
Зацікавленість політикою	Неформалізована	0	0,293
	Формалізована	0	0,195
	Асоціальна	0,005	0,158
	Просоціальна	0	0,22

Таблиця 7.2.

		Індекс неформалізованої СПІП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяці рідше	Зовсім цього не роблю	
Q21.Чи можна сказати, що	Так	1	13	64	106	87	14	0	285
	Ні	0	0	0	12	16	4	1	33
	Важко відп	0	1	9	18	25	7	0	60

у Вас є політична позиція?	овісти								
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 7.3.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q21.Чи можна сказати, що у Вас є політична позиція?	Так	13	84	164	23	1	285
	Ні	0	3	22	6	2	33
	Важко відповісти	0	13	37	9	1	60
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 7.4.

		Індекс асоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q21.Чи можна сказати, що у Вас є політична позиція?	Так	1	21	180	83	0	285
	Ні	0	0	22	8	3	33
	Важко відповісти	0	5	44	11	0	60
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 7.5.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q21.Чи можна сказати, що у Вас є політична позиція?	Так	88	119	72	6	0	285
	Ні	1	13	12	5	2	33
	Важко відповісти	7	21	27	5	0	60
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 7.6.

		Індекс неформалізованої СПІП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q23. Вкажіть рівень вашої зацікавленості політикою в цілому	Дуже цікавить	1	5	26	19	14	0	0	65
	Цікавить	0	7	40	91	66	11	0	215
	Практично не цікавить	0	2	7	23	44	11	0	87
	Зовсім не цікавить	0	0	0	3	4	3	1	11
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 7.7.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q23. Вкажіть рівень вашої зацікавленості політикою в цілому	Дуже цікавить	7	20	34	4	0	65
	Цікавить	6	69	122	16	2	215
	Практично не цікавить	0	10	61	14	2	87
	Зовсім не цікавить	0	1	6	4	0	11
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 7.8.

		Індекс асоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q23. Вкажіть рівень вашої зацікавленості політикою в цілому	Дуже цікавить	0	10	40	15	0	65
	Цікавить	0	10	145	60	0	215
	Практично не цікавить	1	6	53	25	2	87
	Зовсім не цікавить	0	0	8	2	1	11
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 7.9.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q23. Вкажіть рівень вашої зацікавленості політикою в цілому	Дуже цікавить	25	24	16	0	0	65
	Цікавить	64	90	55	6	0	215
	Практично не цікавить	7	37	34	7	2	87
	Зовсім не цікавить	0	2	6	3	0	11
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 8.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та мотивації до проявів онлайн-практик (p=5%)

Мотивація до СПІП	%	Форма інтернет-поведінки	Хі-квадрат	V-Крамера
Інтернет-поведінка може допомогти при вирішенні певних соціально-політичних питань	54	Неформалізована	0,001	0,252
		Формалізована	0	0,267
		Просоціальна	0	0,3
Приклад інтернет-поведінки інших користувачі	28	Формалізована	0,014	0,182
Проявляти поведінку в інтернеті – це нагадувати про своє існування в інтернеті	7	Формалізована	0,007	0,193
Проявляти поведінку в інтернеті – це бути як усі, не виділятися	1	Асоціальна	0	0,45
Наявність великої аудиторії	9	Асоціальна	0,015	0,18

Це необхідно для мого віртуального образу	2	Формалізована	0	0,285
Мене нічого не мотивує	15	Неформалізована	0	0,265
		Формалізована	0	0,242
		Просоціальна	0	0,257

Таблиця 8.2.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кількаразів на день	Раз в день	Кількаразів на тиждень	Один раз на тиждень	Кількаразів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q26.1. Мотивація: Інтернет-поведінка може допомогти при вирішені певних соціально-політичних питань	Так	1	9	49	84	53	8	0	204
	Ні	0	5	24	52	75	17	1	174
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 8.3.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кількаразів на день	Раз в день	Кількаразів на тиждень	Один раз на тиждень	Кількаразів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q26.10. Мотивац	Так	0	2	2	17	30	8	1	60

ія: Мене нічого не мотивує	Ні	1	12	71	119	98	17	0	318
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 8.4.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.1. Мотивація: Інтернет-поведінка може допомогти при вирішені певних соціально-політичних питань	Так	12	69	107	16	0	204
	Ні	1	31	116	22	4	174
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 8.5.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.3. Мотивація: Приклад інтернет-поведінки інших користувачі	Так	3	41	54	8	0	106
	Ні	10	59	169	30	4	272
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 8.6.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.4. Мотивація: Проявляти поведінку в інтернеті – це нагадувати про своє існування в інтернеті	Так	4	8	11	2	0	25
	Ні	9	92	212	36	4	353
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 8.7.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.4. Мотивація: Проявляти поведінку в інтернеті – це нагадувати про своє існування в інтернеті	Так	4	8	11	2	0	25
	Ні	9	92	212	36	4	353
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 8.8.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.9. Мотивація:	Так	3	0	5	0	0	8

Це необхідно для мого віртуального образу	Ні	10	100	218	38	4	370
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 8.9.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.10. Мотивація: Мене нічого не мотивує	Так	0	4	44	10	2	60
	Ні	13	96	179	28	2	318
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 8.10.

		Індекс асоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.5. Мотивація: Проявляти поведінку в інтернеті – це бути як усі, не виділятися	Так	1	1	2	1	0	5
	Ні	0	25	244	101	3	373
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 8.11.

	Індекс асоціальної поведінки					Всього
	Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	

Q26.8. Мотивація: Наявність великої аудиторії	Так	1	4	22	7	0	34
	Ні	0	22	224	95	3	344
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 8.12.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q26.1. Мотивація: Інтернет-поведінка може допомогти при вирішені певних соціально-політичних питань	Так	70	88	42	4	0	204
	Ні	26	65	69	12	2	174
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 9.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та цінностей (p=5%)

Цінності	Форма інтернет-поведінки	Хі-квадрат	V-Крамера	С спряженості
Справедливість	Асоціальна	0	0,509	0,713
	Просоціальна	0,039	0,134	0,259
Демократія	Формалізована	0	0,279	0,487
	Асоціальна	0	0,179	0,337
	Просоціальна	0	0,229	0,417
Повага до закону	Асоціальна	0,008	0,147	0,282
Саморозвиток/ самореалізація	Асоціальна	0	0,181	0,3
	Просоціальна	0,019	0,146	0,246

Громадянський обов'язок	Неформалізована	0	0,295	0,509
	Асоціальна	0	0,279	0,488
	Просоціальна	0	0,182	0,341
Суспільне благо	Неформалізована	0	0,214	0,394
	Асоціальна	0	0,308	0,524
	Просоціальна	0,029	0,137	0,264
Розвиток суспільства	Неформалізована	0,001	0,186	0,349
	Формалізована	0,043	0,133	0,257
	Асоціальна	0	0,362	0,586
	Просоціальна	0,046	0,133	0,256
Рівність	Асоціальна	0	0,22	0,402
Незалежність	Неформалізована	0,002	0,19	0,312
	Асоціальна	0,018	0,147	0,246
	Просоціальна	0	0,206	0,337
Толерантність	Неформалізована	0,004	0,175	0,331
	Асоціальна	0	0,216	0,396
Анонімність	Асоціальна	0,044	0,133	0,257

Таблиця 9.2.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q27.5. Громадянський обов'язок	Зовсім неважливо	0	0	0	1	1	2	1	5
	Практично не важливо	0	1	3	8	12	7	0	31
	Важливо	0	3	39	78	79	11	0	210

	Дуже важливо	1	9	31	49	34	3	0	127
	Важко відповісти	0	1	0	0	2	2	0	5
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 9.3.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q27.6. Суспільне благо	Зовсім неважливо	0	0	0	0	0	3	0	3
	Практично не важливо	0	1	0	10	10	2	0	23
	Важливо	0	10	43	77	89	17	0	236
	Дуже важливо	1	3	29	48	26	2	1	110
	Важко відповісти	0	0	1	1	3	1	0	6
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 9.4.

	Індекс неформалізованої СППП							Всього
	Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	

Q27.7. Розвиток суспільства	Зовсім неважливо	0	0	0	0	0	2	0	2
	Практично не важливо	0	0	0	1	3	2	0	6
	Важливо	0	5	24	57	60	14	0	160
	Дуже важливо	1	9	49	78	63	7	1	208
	Важко відповісти	0	0	0	0	2	0	0	2
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 9.5.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q27.9. Незалежність	Практично не важливо	0	1	0	1	0	0	0	2
	Важливо	0	1	7	30	13	7	0	58
	Дуже важливо	1	12	66	105	115	17	1	317
	Важко відповісти	0	0	0	0	0	1	0	1
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 9.6.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q27.10. Толерантність	Зовсім неважливо	0	0	1	4	2	3	0	10
	Практично не важливо	0	0	5	9	12	1	1	28
	Важливо	0	9	30	54	54	10	0	157
	Дуже важливо	1	5	31	69	59	10	0	175
	Важко відповісти	0	0	6	0	1	1	0	8
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 9.7.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q27.2. Демократія	Зовсім неважливо	0	1	0	0	0	1
	Практично не важливо	0	2	8	1	4	15
	Важливо	4	33	105	14	0	156
	Дуже важливо	9	62	105	19	0	195
	Важко відповісти	0	2	5	4	0	11
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 9.8.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q27.7. Розвиток суспільства	Зовсім неважливо	0	0	2	0	0	2
	Практично не важливо	0	0	3	3	0	6
	Важливо	2	39	96	20	3	160
	Дуже важливо	11	61	121	14	1	208
	Важко відповісти	0	0	1	1	0	2
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 9.9.

		Індекс асоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q27.1. Справедливість	Зовсім неважливо	1	0	0	0	0	1
	Практично не важливо	0	1	6	0	0	7
	Важливо	0	8	62	26	3	99
	Дуже важливо	0	17	176	76	0	269
	Важко відповісти	0	0	2	0	0	2
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 9.10.

		Індекс асоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q27.11. Анонімність	Зовсім неважливо	0	0	5	3	0	8
	Практично не важливо	0	1	62	28	0	91

	Важливо	0	16	111	41	0	168
	Дуже важливо	1	9	49	25	3	87
	Важко відповісти	0	0	19	5	0	24
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 10.1.

Залежність формалізованої соціально-політичної інтернет-поведінки від пристрою для виходу в інтернет (p=5%)

Пристрій для входу	Хі-квадрат	V-Крамера
Стаціонарний комп'ютер/ПК	0	0,244
Нетбук/ноутбук	0,026	0,171
Смартфон	0	0,244

Таблиця 10.2.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q13.3. Пристрій для входу: Смартфон	Так	13	99	221	38	3	374
	Ні	0	1	2	0	1	4
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 11.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q29. Оцініть рівень Вашого поточного	Ні в чому себе не обмежую	0	3	3	0	0	6
	Обмежую себе лише у великих покупках (авто, квартира і т.д.)	38	45	25	5	2	115
	Обмежую себе у покупках середньої вартості	39	82	43	7	0	171

	(комп’ютери, гаджети тощо)						
	Вистачає лише на найнеобхідніші речі (їжа, одяг тощо)	19	23	40	4	0	86
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 12.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Активісти студентського самоврядування	Так	15	9	4	0	0	28
	Ні	81	144	107	16	2	350
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 13.1.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кількаразів на день	Раз в день	Кількаразів на тиждень	Один раз на тиждень	Кількаразів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q30. Чи працювали (працюєте) Ви коли-небудь на керівній посаді	Так, займаєте керівну посаду і зараз	0	1	11	6	1	0	0	19
	Так, колись працювали, але зараз не працюєте	1	5	9	12	5	1	0	33

	Ні, ніколи не були керівником	0	8	53	118	122	24	1	326
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 13.2.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q30. Чи працювали (працюєте) Ви коли-небудь на керівній посаді	Так, займаєте керівну посаду і зараз	4	9	5	1	0	19
	Так, колись працювали, але зараз не працюєте	2	15	15	0	1	33
	Ні, ніколи не були керівником	7	76	203	37	3	326
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 14.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та статусів студентів в інтернеті (p=5%)

Статус	Форма СПІП	Хі-квадрат	V-Крамера
Просто користувач	Неформалізована	0,001	0,246
Адміністратор груп	Неформалізована	0	0,317
	Формалізована	0,012	0,184
	Асоціальна	0,014	0,181
Блогер/інфлюенсер	Неформалізована	0,001	0,245
	Просоціальна	0,003	0,208

Таблиця 14.2.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q12.1. Інтернет-статус: Простокористувач	Так	0	12	63	129	123	24	1	352
	Ні	1	2	10	7	5	1	0	26
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 14.3.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кілька разів на день	Раз в день	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень	Кілька разів на місяць	Один раз в місяць і рідше	Зовсім цього не роблю	
Q12.2. Інтернет-статус: Адміністратор груп	Так	1	3	23	22	4	2	0	55
	Ні	0	11	50	114	124	23	1	323
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 14.4.

	Індекс неформалізованої СППП							Всього
	Кілька разів на	Раз в день	Кілька разів на	Один раз на	Кілька разів на	Один раз в місяць і	Зовсім цього не	

		день		тиждень	тиждень	місяць	рідше	роблю	
Статус Блогера/Інфлюенсера	Так	0	4	8	6	3	0	0	21
	Ні	1	10	65	130	125	25	1	357
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 14.5.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q12.2. Інтернет-статус: Адміністратор груп	Так	5	19	30	1	0	55
	Ні	8	81	193	37	4	323
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 14.6.

		Індекс асоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q12.2. Інтернет-статус: Адміністратор груп	Так	1	7	38	9	0	55
	Ні	0	19	208	93	3	323
Всього		1	26	246	102	3	378

Таблиця 15.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та довіри/недовіри до соціальних інституцій (p=5%)

Довіра до соціальних інституцій	Форма СПІП	Хі-квадрат	V-Крамера	С спряженості

Друзі, однолітки	Просоціальна	0,039	0,134	0,259
Органи центральної влади	Неформалізована	0,001	0,185	0,347
	Формалізована	0,005	0,15	0,287
	Асоціальна	0	0,195	0,364
	Просоціальний	0	0,179	0,337
Органи міцевої влади	Неформалізована	0,003	0,178	0,335
	Асоціальна	0	0,179	0,336
	Просоціальна	0	0,172	0,325
Судова ситема в цілому	Неформалізована	0	0,26	0,462
	Формалізована	0,033	0,136	0,262
	Просоціальна	0,014	0,143	0,275
Політика в цілому	Неформалізована	0	0,204	0,378
	Формалізована	0,031	0,136	0,263
	Просоціальна	0,003	0,155	0,296
Інструменти е-демократії	Формалізована	0	0,203	0,377
	Асоціальна	0	0,231	0,42
	Просоціальна	0	0,248	0,444
Кібербезпека	Асоціальна	0	0,203	0,376
	Просоціальна	0,013	0,143	0,275

Таблиця 16.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та довіри/недовіри до інтернет-ресурсів (p=5%)

Довіра до інтернет-джерел	Форма СПІП	Хі-квадрат	V-Крамера	С спряженості
Загальнонаціональні інтернет-медіа	Неформалізована	0	0,198	0,368
Регіональні інтернет-медіа	Неформалізована	0	0,229	0,416
	Формалізована	0,039	0,134	0,259
	Асоціальна	0	0,186	0,349
Західні інтернет-медіа	Неформалізована	0	0,283	0,492
	Формалізована	0,013	0,143	0,275
Офіційні сайти/сторінки українських міністерств	Неформалізована	0	0,25	0,447
	Асоціальна	0	0,225	0,411
	Просоціальний	0,043	0,133	0,258

Офіційні сторінки, канали, групи українських високопосадовців (Президента, міністрів, мерів тощо)	Неформалізована	0,025	0,161	0,307
	Формалізована	0,012	0,144	0,276
Сторінкам громадських організацій	Неформалізована	0,001	0,183	0,344
	Формалізована	0,013	0,144	0,276
	Асоціальна	0	0,222	0,405
Інформації від блогерів/інфлюенсерів	Неформалізована	0	0,306	0,522
Сторінкам друзів/колег/знайомих	Неформалізована	0	0,214	0,393
	Асоціальна	0,001	0,16	0,304
Сторінкам родичів	Неформалізована	0,01	0,169	0,32

Таблиця 16.2.

		Q22.9. Агенти впливу: Переважно Ви є авторитетом для інших		Всього
		Так	Ні	
Індекс неформалізованої СПІП	Кілька разів на день	0	1	1
	Раз в день	3	11	14
	Кілька разів на тиждень	15	58	73
	Один раз на тиждень	12	124	136
	Кілька разів на місяць	8	120	128
	Один раз в місяць і рідше	2	23	25
	Зовсім цього не роблю	0	1	1
Всього		40	338	378

Таблиця 16.3.

	Q31. Чи вважаєте Ви себе публічною людиною?	Всього

		Так	Ні	Важко відповісти	
Індекс неформалізованої СППП	Кілька разів на день	1	0	0	1
	Раз в день	3	7	4	14
	Кілька разів на тиждень	15	44	14	73
	Один раз на тиждень	9	109	18	136
	Кілька разів на місяць	6	109	13	128
	Один раз в місяць і рідше	0	19	6	25
	Зовсім цього не роблю	0	1	0	1
Всього		34	289	55	378

Таблиця 17.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та наявність курсів громадянської освіти (p=5%)

Форма СППП	Хі-квадрат	V-Крамера
Неформалізована	0	0,195
Формалізована	0	0,214
Асоціальна	0	0,185
Просоціальний	0	0,212

Таблиця 17.2.

		Q25. Чи вивчали (вивчаєте) Ви в університеті дисципліни, які дотично або безпосередньо стосувалися громадянської/соціально-політичної тематики?						Всього
		Так, у мене було багато таких дисциплін	Так, було одна чи дві дисципліни	Ні, не вивчали таких дисциплін взагалі	Ні, такі дисципліни особисто мені не потрібні	Не знаю про які дисципліни іде мова	Інше	
Індекс нефор	Кілька разів на день	1	0	0	0	0	0	1

	Раз в день	1	7	6	0	0	0	14
	Кілька разів на тиждень	17	30	25	0	1	0	73
	Один раз на тиждень	8	64	50	4	10	0	136
	Кілька разів на місяць	6	55	44	10	12	1	128
	Один раз в місяць і рідше	0	11	5	4	5	0	25
	Зовсім цього не роблю	0	1	0	0	0	0	1
Всього		33	168	130	18	28	1	378

Таблиця 17.3.

		Q25. Чи вивчали (вивчаєте) Ви в університеті дисципліни, які дотично або безпосередньо стосувалися громадянської/соціально-політичної тематики?						Всього
		Так, у мене було багато таких дисциплін	Так, було одна чи дві дисципліни	Ні, не вивчали таких дисциплін взагалі	Ні, такі дисципліни особисто мені не потрібні	Не знаю про які дисципліни іде мова	Інше	
Індекс формалізованої	Регулярно	5	4	4	0	0	0	13
	Інколи	14	52	34	0	0	0	100
	Рідко	13	101	75	11	22	1	223
	Не роблю	1	10	16	5	6	0	38

	взагалі							
	Не знаю, як це робити	0	1	1	2	0	0	4
Всього		33	168	130	18	28	1	378

Таблиця 17.4.

		Q25. Чи вивчали (вивчаєте) Ви в університеті дисципліни, які дотично або безпосередньо стосувалися громадянської/соціально-політичної тематики?						Всього
		Так, у мене було багато таких дисциплін	Так, було одна чи дві дисципліни	Ні, не вивчали таких дисциплін взагалі	Ні, такі дисципліни особисто мені не потрібні	Не знаю про які дисципліни йде мова	Інше	
Індекс асоціальної поведінки	Регулярно	0	0	0	1	0	0	1
	Інколи	3	9	11	2	1	0	26
	Рідко	24	115	77	11	18	1	246
	Не роблю взагалі	6	44	41	2	9	0	102
	Не знаю, як це робити	0	0	1	2	0	0	3
Всього		33	168	130	18	28	1	378

Таблиця 17.5.

	Q25. Чи вивчали (вивчаєте) Ви в університеті дисципліни, які дотично або безпосередньо стосувалися громадянської/соціально-політичної тематики?	Всього

		Так, у мене було багато таких дисциплін	Так, було одна чи дві дисципліни	Ні, не вивчали таких дисциплін взагалі	Ні, такі дисципліни особисто мені не потрібні	Не знаю про які дисципліни іде мова	Інше	
Індекс просоціальної поведінки	Регулярно	15	43	32	0	6	0	96
	Інколи	12	75	52	7	6	1	153
	Рідко	4	43	43	8	13	0	111
	Не роблю взагалі	2	7	3	1	3	0	16
	Не знаю, як це робити	0	0	0	2	0	0	2
Всього		33	168	130	18	28	1	378

Таблиця 18.1.

Залежність форм соціально-політичної інтернет-поведінки та залучення студентів до різних середовищ (p=5%)

Середовище	Форма СПІП	Хі-квадрат	V-Крамера
Участь у громадському об'єднанні	Неформалізована	0,002	0,238
	Формалізована	0,007	0,193
	Просоціальний	0,004	0,202
Наявність працевлаштування	Неформалізована	0,034	0,19
	Формалізована	0,001	0,224
	Просоціальний	0,001	0,216

Таблиця 18.2.

	Індекс неформалізованої СПІП							Всього
	Кілька разів	Раз в	Кілька разів	Один раз	Кілька	Один раз в	Зовсім	

		на день	день	на тиждень	на тиждень	разів на місяць	місяць і рідше	цього не роблю	
Q28. 2. Чи є Ви членом ГО ?	Так	0	2	16	10	6	0	0	34
	Ні	1	12	57	126	122	25	1	344
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 18.3.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q28. 2. Чи є Ви членом ГО?	Так	2	17	15	0	0	34
	Ні	11	83	208	38	4	344
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 18.4.

		Індекс просоціальної поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q28.2. Чи є Ви членом громадського об'єднання ?	Так	18	10	5	1	0	34
	Ні	78	143	106	15	2	344
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 18.5.

		Індекс неформалізованої СППП							Всього
		Кількаразів на день	Раз в день	Кількаразів на тиждень	Один раз на тиждень	Кількаразів на місяць	Один раз в місяці рідше	Зовсім цього не роблю	
Q28.4. Чи Ви працюєте(офіційно/ неофіційно)?	Так	1	9	38	45	46	10	0	149
	Ні	0	5	35	91	82	15	1	229
Всього		1	14	73	136	128	25	1	378

Таблиця 18.6.

		Індекс формалізованої поведінки					Всього
		Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	
Q28.4. Чи Ви працюєте(офіційно/ неофіційно)?	Так	8	55	73	11	2	149
	Ні	5	45	150	27	2	229
Всього		13	100	223	38	4	378

Таблиця 18.7.

	Індекс просоціальної поведінки					Всього
	Регулярно	Інколи	Рідко	Не роблю взагалі	Не знаю, як це робити	

Q28.4. Чи Ви працюєте(офіційно/ неофіційно)?	Так	49	66	32	2	0	149
	Ні	47	87	79	14	2	229
Всього		96	153	111	16	2	378

Таблиця 19.

Взаємозв'язок форм соціально-політичної інтернет-поведінки та двох сфер навчання студентів (p=5%)

Прояв СПІП	Хі-квадрат	V-Крамера
Лайкаю/дизлайкаю інформацію стосовно теми війни	0,008	0,215
Поширюю інформацію стосовно теми війни(репости)	0,012	0,208
Створюю власний контент на тему війни (пости, фото, відео) на особистій сторінці у соцмережах чи сайті	0,006	0,218
Отримую електронні державні послуги (е-реєстрація, е-довідка, е-черга)	0,037	0,165
Споживаєте контент з "піратських" сайтів	0,009	0,189
Користуєтесь анонімними акаунтами для робочих цілей	0,036	0,165
Донатите онлайн на підтримку постраждалих від війни в Україні	0,014	0,182

Додаток 9

Порівняння основних термінів дисертаційного дослідження

Соціальна дія	елементарна одиниця, окремий акт (Т. Парсонс); Поведінковий акт, проявлений у фізичному просторі (П. Штомпка)
Соціальна діяльність	соціальна дія, яка є реакцією на дії інших людей, тобто – це дії, зоорієнтовані на інших; соціальні дії, спрямовані на задоволення певної потреби (не обов'язково передбачає контакт з іншими (П. Штомпка)
Соціальна поведінка	поєднує в собі цілеспрямовану діяльність і не цілеспрямовані прояви; може мати пасивний характер та бути спонтанною. Людина може діяти без поставленої мети і формувати її уже в процесі поведінки (Р. Мишок).
Громадська участь	широкий спектр прямих і непрямих форм участі представників громадськості в прийнятті управлінських рішень
Соціально-політична інтернет-поведінка	є різновидом соціальної поведінки, реалізованої за посередництва сучасної інформаційно-комунікативної технології – інтернету. Охоплює спектр питань, що стосується не лише окремої держави чи суспільства (локальний рівень – громадська участь), але й загальнолюдських (глобальний рівень) проблем, які інтегруються в цьому суспільстві (глокалізація). Поділяється на типи: активність, пасивність та слактивізм (Р. Мишок).
Соціальна взаємодія	динамічна, неперервна послідовність соціальних дій, взаємнозорієнтованих одна на одну (П. Штомпка).
Соціальна практика	Повторювана, відтворювана, легітимізована соціальна поведінка (Ю. Резнік)
Соціальні технології	дозволяють уявляти, проєктувати та конструювати системи суспільства завдяки різним способам, операціям та стратегіям досягнення цілей (Л. Климанська).
Соціально-політична інтернет-технології	алгоритмічні, заскриптовані способи соціально-політичної інтернет-поведінки (людина проявляє поведінку відповідно до можливостей інтернету і ця поведінка може бути нелегітемізованою) (Р. Мишок)
Соціальний інститут	часткові легітимізовані стандарти поведінки (наприклад е-демократія) (В. Савка, Р. Мишок)
Соціальна інституція	Обмежувальні рамки, які задають стандарти поведінки, тобто це регульовані стосовно окремих

	галузей соціальні практики, що забезпечують стабільне функціонування тої чи іншої сфери і суспільства загалом (Д. Норт)
Громадянське суспільство	відокремлена від держави, проте функціонуюча в рамках її кордонів, складна соціальна конструкцію; комплексний феномен, який володіє соціокультурним та соціально-політичним характером, існування якого забезпечують соціальні інституції, сформована громадянська культура та соціальні практики громадян (В. Степаненко)

Додаток 10

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Савка, В. Є., & Мишок, Р. Р. (2018). Електронна демократія в Україні: інституційний аналіз. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, 41, 35–41.

2. Мишок, Р. Р. (2019). Громадянська інтернет-поведінка львівської студентської молоді: спроба визначення і класифікації. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського». Політологія. Соціологія. Право*, 3 (43), 104-110.

3. Мишок, Р. Р. (2020). Комплексний підхід до визначення поняття «соціальний портрет інтернет-користувача». *Габітус*, 19, 15-20. https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.19.2

4. Мишок, Р. Р. (2022). Фейки в середовищі учнівської молоді (на прикладі м. Львова). *Перспективи. Соціально-політичний журнал*, 1, 147–155. https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2022.1.20

5. Мишок, Р. Р. (2022). Соціально-політична інтернет-поведінка у структурі сучасних українських інтернет-практик. Актуальні проблеми філософії та соціології, 37, 153–157. https://doi.org/10.32782/apfs.v037.2022.25

6. Мишок, Р. Р. (2022b) Феномен українського піратства у розрізі соціально-політичної інтернет-поведінки. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 39, 113–119. https://doi.org/10.32782/apfs.v039.2022.19

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Мишок, Р. Р. & Школяр, М. В. (2016). Маніпулятивні технології у сучасному українському політичному дискурсі. *Соціологія – соціальна робота – регулювання соціальних проблем:* Матеріали VI Всеукраїнської конференції

молодих науковців. 21-22 квітня 2016 року. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 96-101.

8. Мишок, Р. Р. (2018). Інструменти електронної демократії в Україні**.** *76 студентська науково-технічна конференція*: Збірник тез доповідей. Львів: НУ «ЛП» , 270-273.

9. Мишок, Р. (2021). Особливості інтернет-поведінки користувачів включених до соціальної структури віртуальної спільноти. *Соціологія у (пост)сучасності.* Збірник тез доповідей XIX Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених (м. Харків, 18-19 березня 2021 р.), Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 82-83.

10. Мишок, Р. (2020а). Політичний відеоблогінг як соціально-політична інтернет-поведінка. *Соціологія – соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем:* Матеріали X Міжнародної наукової конференції. 14-15 травня 2020 року, Львів, 38-41.

11. Мишок, Р. Р. (2021). Формування та роль Інтернет-мемів в українському суспільстві. *Соціологія, соціальна робота та соціальне забезпечення: сучасні практики соціального регулювання*: збірник наукових праць викладачів, аспірантів та студентів кафедри соціології та соціальної роботи Національного університету «Львівська політехніка», Львів, 58–62.

12. Myshok, R., & Klymanska, L. (2021). Slacktivism as a form of socio-political Internet behavior: an empirical dimension. Proceedings of the VII International research & training conference «*Public health – social, educational and psychological dimensions*» (Lublin, Poland, 17 July 2021): Lublin, 47-48.

13. Мишок, Р. Р. (2022). Онлайн-волонтерство як форма соціально-політичної інтернет-поведінки. *Актуальні дослідження в соціальній сфері*: матеріали дев'ятнадцятої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 17 травня 2022 р.), Одеса: ФОП Бондаренко М. О., 63-65.

14. Мишок, Р. (2022). Хакерство як практика соціально-політичної інтернет-поведінки. *Соціологія – Соціальна робота та соціальне забезпечення –*

регулювання соціальних проблем (Львів, 9–10 червня 2022 р.): збірник матеріалів XII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 54-57.

15. Мишок, Р. Р. (2023). Інформаційне шахрайство як виклик для громадянського суспільства в Україні. Соціологія – Соціальна робота та соціальне забезпечення – регулювання соціальних проблем (Львів, 18–19 травня 2023 р.): збірник матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 68-72.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

16. Мишок, Р. Р., & Климанська, Л. Д. (2020a). Роль громадянської освіти у реалізації соціально-політичної інтернет-поведінки української молоді. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 8 (39), 231, 75–78. https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-231VIII39-17

17. Мишок, Р. Р., & Климанська Л. Д. (2020b). Неолуддизм як бар'єр для розвитку громадянського суспільства в Україні. *KELM (Knowledge, Education, Law, Management)*, 8 (36), 2, 94–102. https://doi.org/10.51647/kelm.2020.8.2.15

18. Мишок, Р., & Климанська, Л. (2021). Слактивізм в українських інтернет практиках. В *Development of scientific, technological and innovation space in Ukraine and EU countries* (3rd ed, с. 263–292). Riga, Latvia: Publishing House "Baltija Publishing". https://doi.org/10.30525/978-9934-26-151-0-42

19. Klymanska, L. D., Klimanska, M. B., Herasym, H. Z., Savka, V. Ye., Andreichuk, S. K., & Myshok, R. R. (2022). Historical and contemporary contexts of alcohol consumption in modern ukraine. *Wiadomości Lekarskie*, *75*(8), 1908–1913. https://doi.org/10.36740/WLek202208116