

### 2.3. Управлінські комунікативні системи

Гетман Ю.А.

*yuliiahetman2021@gmail.com*

аспірантка Інституту соціології НАН України

м. Київ, Україна

#### **КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ ОНЛАЙН**

Завдяки диджиталізації громадяни можуть реалізовувати свої права, обов'язки та потреби одночасно підсилившись онлайн та оффлайн ресурсами. Поява нових норм і правил, форм і каналів громадсько-політичної активності підвищує рівень залученості громадян до політичних процесів. Навіть неформальна онлайн активність при системному відтворенні набуває ознак усталених практик, і згодом призводить до стійких інституційних змін, які налагоджують співпрацю між владою та громадянами.

Під громадсько-політичною активністю в найбільш загальному вигляді дослідники розуміють форми соціальної активності, що реалізуються в суспільно-політичній сфері, наприклад, обговорення громадських та політичних проблеми в соціальних мережах, перераховування грошей волонтерам, армії, благодійним організаціям, участь у протестних акціях або роботі громадських організацій, соціальних рухів, партій, тощо.

Аналізу питань громадської активності присвячені праці Дж. Александера, М. Кастельса, Ж. В. ван Деса, Я. Сеочаріса, Дж. Осер. В Україні громадянську активність Є. Головаха, В. Степаненко, О. Резнік, Н. Бойко. Поняття активності найчастіше визначають як певну характеристику діяльності, а саме інтенсифікацію діяльності, або посилену ініціативну діяльність, яка на відміну від практик не виключає одноразові соціальні дії [1; с.31]. Однак одноразові соціальні дії теж характеризують ті чи інші соціальні інститути, адже при використанні сформованих норм і зразків поведінки будь-який громадянин може розраховувати на певну суспільну реакцію і результат.

Онлайн-активність – це політична активність в мережі Інтернет. Втім останні роки виникають такі форми активності, які важко одразу віднести до політичної чи неполітичної діяльності. Наприклад, Я. Сеочаріс стверджує, що неполітичні форми участі в цифрових мережах часто перетворюються в зразки політичного тиску, які іноді можуть бути набагато більш ефективними, ніж форми участі, які прийнято вважати політичними. Наприклад, в Європі через помітний спад політичної активності традиційним виборчим шляхом, цифрові мережі стали засобом політичного вираження та участі для політично незадіяних громадян. [2; с.1].

Близько 20 років ведуться дослідження різних форм онлайн активності, які розглядалися і як онлайн-еквівалент оффлайнової активності, і як повністю окремий спосіб активності, тож зростає необхідність її концептуалізації та визначити перелік форм, які увійдуть в наше робоче визначення. Я. Сеочаріс утверджується в думці, що політична активність онлайн – це форма політичної участі, яка повинна бути концептуалізована та виміряна як така. Однак зробити важко, адже розширюються не тільки список нових форм політичної участі, а й одночасно трансформується сама політична культура. Модернізаційні зміни сприяли трансформації від більш традиційної моделі громадянства, до більш «залученої» моделі, що включає політичну участь через вибір стилю життя, цінностей самовираження та неінституціональні дії [2; с.4].

Досліджуючи громадсько-політичну активність онлайн, варто визначити, що ми можемо розглядати її безпосередньо як публічний дискурс і систему смислів, ідей, наративів, що реалізуються в публічному діалозі. А можемо аналізувати практики громадянської активності, які можуть набувати різних інноваційних форм протестної активності (флешмоб, хепенінг, перформанс, наномітинг, hashtag action). Тож доцільно охопити максимально можливий спектр конвенціональних та неконвенціональних активностей: використання лайків (інших емоджі); поширення інформації; коментування публікацій; створення власного контенту; підпис електронних петицій; перерахування грошей волонтерам, армії, благодійним організаціям; участь в онлайн-роботі

громадської організації або руху як представник, онлайн споживання товарів українських і бойкот російських товарів; участь у форумах, онлайн-зборах, онлайн-мітингах чи конференціях присвячених громадсько-політичним питанням.

Дослідник Я.В. ван Дес відмічає, що на сьогодні список зразків політичної участі майже безкінечний, та через те, що дослідження зосереджені на обмеженому колі таких зразків, стан онлайн-активності довгі роки був погано досліджуваним. Однак наявні результати свідчать, що розширення репертуару політичної участі не призвело до більш рівномірної мобілізації громадян, тобто найактивнішими є соціальні групи з великими ресурсами (забезпечені з вищою освітою). Цю ситуацію не змінила навіть онлайн-активність з майже нульовими транзакційними витратами [3; р.483].

Втім, за результатами дослідження КМІС стану громадянського суспільства в Україні в січні 2023 року більшість представників громадських організацій і благодійних фондів вважають, що громадська активність «сприяє консолідації та стимулює віру в перемогу України» (79,5%), «створює відчуття підтримки та присутності для ЗСУ» (82%), «створює відчуття підтримки та піклування для постраждалих громадян від війни та вразливих категорій» (71,7%). Очевидно, що громадська активність є квінтесенцією демократичного розвитку і ключем державотворення. Тож багаторічне освоєння українцями принципів демократії реалізується також і в нових формах громадсько-політичної активності онлайн. Шалений зріст такої активності в екстрених умовах згодом може набути усталених практик і стати соціальною нормою.

#### **Використана література:**

1. Резнік О.С. Громадянські практики в перехідному суспільстві: досвід теоретико-прикладного дослідження // Соціальні виміри суспільства. – 2011. – №3 (14). – С. 51–62.
2. Theocharis Y. The Conceptualization of Digitally Networked Participation // Social Media + Society. – 2015. – July-December. – С. 1 – 14.

3. Van Deth, J.W. Non-electoral Participation // The Oxford Handbook of Political Representation in Liberal Democracies. – 2020. – P. 471-489.

4. КМІС. Громадянське суспільство в умовах війни // Звіт за результатами дослідження. – грудень 2022 – січень 2023. – С. 29.

**Фляшнікова А.Б.**  
*allafb@i.ua*

кандидат соціологічних наук, доцент,  
доцент кафедри соціології  
факультету управління персоналом, соціології та психології  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана  
м. Київ, Україна

**Штільгойз О.**  
*Aleksshtil@gmail.com*

студент II курсу  
факультету міжнародної економіки і менеджменту  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана  
м. Київ, Україна

## **МЕНЕДЖЕРСЬКІ СИСТЕМИ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЕЛЕМЕНТ УСПІШНОСТІ БІЗНЕСУ**

У сучасному суспільстві успішність ідей є одним із визначних параметрів подальшого розвитку та оновлення, що дозволяє розширювати можливості та відкриває більшу кількість можливих варіантів вибору ефективної діяльності. Для такої ефективності важливим є не тільки економічна, аналітична, маркетингова, а й соціальна складова. У поєднанні з філософією бізнесу такий збалансований механізм дозволяє визначати саме ті підходи, які б стали відображенням ідейності з точки зору бізнесу та суспільства, що б надало відносинам між виробником та клієнтом більш активної атмосфери й удосконалило б як перспективність бізнесу, так і його результативність з вирішенням актуальних проблем. Прикладом такої взаємодії може бути «Горіховий дім», метою якого є подолання бідності та розв'язання кризових ситуацій жінок через інструменти соціального підприємництва.