ISMA INFORMĀCIJAS SISTĒMU MENEDŽMENTA AUGSTSKOLA
ANNO 1994

ISMA University of Applied Sciences

International scientific conference

CURRENT RESEARCH AREAS IN HISTORY, POLITICAL SCIENCE, SOCIOLOGY, AND PHILOSOPHY

December 25–26, 2024

IZDEVNIECĪBA BALTIJA PUBLISHING
2024

Head of organising committee:

Romans Djakons – Dr.sc.ing., Professor, Academician, President of ISMA University of Applied Sciences

Each author is responsible for content and formation of his/her materials.

The reference is mandatory in case of republishing or citation.

Current research areas in history, political science, sociology, and philosophy (December 25–26, 2024. Riga, the Republic of Latvia) : International scientific conference. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2024. 120 pages.

ISBN 978-9934-26-517-4

© Authors of the articles, 2024
© ISMA University of Applied Sciences, 2024

CONTENTS

SECTION 1. HISTORY OF UKRAINE
Economic and administrative activity as an element of election campaigning (on the example of the report of the mayor of Chernivtsi, D. Marmelyuk for 1934–1937)
Kushnir Ya. V. **6**

Handicraft production of the Podolsk province in the context of socio-economic transformations of the nineteenth century: institutional and economic dimensions
Mulyar A. M. **10**

Involvement of military units in the food tax campaign in Ukraine in 1921
Petrenko I. Ye. **15**

SECTION 2. WORLD HISTORY
Jean-nicolas corvisart-desmarets: founder of modern cardiology
Dobrolyubska Yu. A. **19**

The Munich crisis in Czech and Ukrainian historiography
Katrun T. I. **23**

EEC/EU regional policy and regional development programs in the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland (1970s – 1990s)
Yampolska L. M. **27**

SECTION 3. WORLD POLITICS
The role of international archival congresses in shaping global archival policy
Maksymenko A. I. **33**

SECTION 4. POLITICS IN UKRAINE
Scientific thesaurus of the political culture of Ukrainian youth
Artemchuk O. F. **37**

SECTION 5. POLITICAL PR, ADVERTISING AND MANAGEMENT
Specifics of political PR in Ukraine in the context of the Russian-Ukrainian war
Shapovalova A. M., Kuznetsova O. O. **41**

SECTION 6. SOCIOLOGY AND PSYCHOLOGY OF POLITICS
Psychological features of political and informational influences on personality in the 21st century
Vernudina I. V. **45**

Responsible politics and political responsibility: common characteristics and main differences
Holovchuk Yu. M. **49**

SECTION 7. SOCIOLOGY OF COMMUNICATIONS
About the educational function in the family
Guliyeva H. B. **53**

Library mechanisms for overcoming sociocultural risks of the information age
Matviychuk L. O. **58**

The role of PR technologies and social communications in shaping public opinion regarding the identity of Ukrainian migrants
Chernii L. V., Nikiforov R. A. **62**

SECTION 8. HISTORY OF PHILOSOPHY
Religious-cultural views of sheikh Jemaleddın Afghani
Behbudov S. **65**

Personalism as the direction of the philosophical researches
Verbova R. M. **72**

The Idea of Justice in Plato's Republic: a historical and philosophical analysis and its impact on western political thought
Manuilo H. S. **74**

The political thought and philosophy of Niccolo Machiavelli
Pupik Andrej, Janas Karol **77**

SECTION 9. DYNAMICS OF MODERN CULTURE
The territory of catastrophe: Ukrainian video games as a source of perceptions about Ukraine abroad
Mymruk O. V. **82**

Dynamics of bioethical border as a culture-forming factor
Miserzhy S. D. **85**

SECTION 10. PHILOSOPHICAL PROBLEMS OF EDUCATION
Philosophical foundations of out-of-school education
in overcoming educational losses and educational gaps
Hryhorenko V. A. 89

The sacrality of the concept of «protection» in the myths of Japan
and Ukraine and its application in Contemporary Art
Kramarenko Ya. I. 93

Virtue ethics in the context of education: philosophical foundations
and practical applications
Manuilo Yu. Ye. 97

SECTION 11. ACTUAL PROBLEMS OF MODERN SOCIETY
Ageing as a social problem: philosophical, medical, religious approaches
Viacheslavova O. A. 100

The problem of responsibility during the development
of high-tech civilization
Holubovska O. V. 105

Media influence on youth: transformation of social norms and values
Rabets O. I., Rabets V. I. 109

Development of archival cooperation between Ukraine and Poland
after the start of the full-scale invasion
Yatsyshyn Yu. I. 113

DOI https://doi.org/10.30525/978-9934-26-517-4-14

THE ROLE OF PR TECHNOLOGIES AND SOCIAL COMMUNICATIONS IN SHAPING PUBLIC OPINION REGARDING THE IDENTITY OF UKRAINIAN MIGRANTS

РОЛЬ PR-ТЕХНОЛОГІЙ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ДУМКИ ГРОМАДСЬКОСТІ ЩОДО ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ МІГРАНТІВ

Chernii L. V.
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor
Head of the Department of Sociology and Public Communications
Mykhailo Drahomanov Ukrainian State University

Черній Л. В.
кандидат історичних наук, доцент, завідувачка кафедри соціології та публічних комунікацій
Український державний університет імені Михайла Драгоманова

Nikiforov R. A.
PhD student at the Department of Sociology and Public Communications
Mykhailo Drahomanov Ukrainian State University
Kyiv, Ukraine

Нікіфоров Р. А.
аспірант кафедри соціології та публічних комунікацій
Український державний університет імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна

В сучасному інформаційному суспільстві соціальні комунікації, інструменту піару, стали основою для функціонування та розвитку суспільства. Вони не лише забезпечують інформування та взаємодію між індивідами, але й формують основу для існування соціальних структур, культури, економіки, політики, а також для побудови міжнародних відносин. Особливо значущими соціальні комунікації стали в умовах швидкого розвитку інформаційних технологій, що призвело до формування нових форм взаємодії і обміну інформацією в інформаційному суспільстві. Це суспільство, з одного боку, сприяє створенню величезного обсягу інформації, а з іншого – ставить перед кожним індивідом виклики у вигляді інформаційного перевантаження, маніпуляцій, фейкових новин та проблем із захистом приватності. Тому соціальні комунікації набувають нового значення, ставши не просто процесами обміну інформацією, а також інструментами впливу на суспільну думку, управління суспільними процесами. Помилково побудована комунікація в соціальних мережах сама по собі може стати тригером та рушієм кризи [1].

Інформаційні PR-технології, на основі яких будується сучасне суспільство, здійснюють вплив на зміну всіх сферах життя. Мобільні технології, Інтернет, соціальні мережі, цифрові медіа – всі ці інструменти суттєво змінили традиційні моделі комунікацій і створили нові можливості для ефективної взаємодії. Інтернет став не лише платформою для поширення інформації, але й новим соціальним простором, у якому формується громадська думка, проводяться успішні громадські, політичні, PR кампанії, організовуються та проводяться соціальні акції та рухи. Все це впливає на рівень взаємодії населення в інформаційному суспільстві. Зокрема, соціальні медіа стали основними каналами для розповсюдження новин, ідей, думок, і водночас – джерелами для поширення дезінформації та маніпуляцій, що піднімає важливі питання щодо якості інформації та етики комунікацій та PR.

Світ, який малюють медіа, стає обличчям суспільства, у якому ми живемо. Недостатнє представлення або відверте виключення певних спільнот із медіа робить їх непомітними. А коли люди невидимі, їхні права можуть з легкістю порушувати. Мігранти та біженці, як і всі інші недостатньо представлені маргіналізовані спільноти, повинні мати відповідний простір і точне представлення в ЗМІ.

Повідомлення в новинах мають бути спрямовані на інформування та надання огляду різних аспектів проблеми чи події. Забезпечення контексту та фону є важливим для формування знань і розуміння складної проблеми. У випадку міграції, коли медіа зосереджуються лише на моменті втечі, на травмі подорожі, вони залишають поза увагою все інше, що робить людину такою, якою вона є, з її історією, її здібностями, причиною перебування в певній країні. Найбільш шкідливим є те, що соціальний простір заохочує ототожнювати мігрантів і біженців лише з міграційним рухом. Але він є лише частиною досвіду кожного мігранта та біженця [3].

Детальне та всебічне висвітлення проблеми міграції може допомогти людям зрозуміти, що міграція – це природне, суспільне явище, коли люди переїжджають з однієї країни в іншу, з одного місця в інше в періоди глибоких криз, економічного спаду та, особливо військових конфліктів. Надмірні спрощення та широкі узагальнення на кшталт «біженці – це добре» або «мігранти – це погано» не залишають місця для нюансів та проміжного розуміння. Все життя людства складається саме з тих невидимих нюансів, які можуть висвітлювати справжність ситуації.

Міграція є складним, мінливим та інколи не прогнозованим, вимушеним явищем. Люди, які добровільно вирішили виїхати закордон, можуть у певний момент зрозуміти, що вони не здатні повернутися. Завдяки соціальним комунікаціям, вони адаптуються до нових умов, швидко інтегруються в суспільство свого перебування. Мігранти

можуть бути «добровільними» та «примусовими». Це залежить від ситуації, обставин, які спричинили міграцію. Поділ людей на «добровільних» і «вимушених» є штучним поняттям, яке навіює медіапростір. Люди можуть переходити з однієї категорії в іншу кілька разів протягом життя. Відповідальність ЗМІ та комунікаторів, соціальних мереж, інтернет-простору в цілому у зображенні проблем міграції є величезна. Категорії, поняття та визначення допомагають нам зрозуміти світ, але ми також повинні усвідомлювати, що категорії та визначення змінні. Вони можуть змінюватися під впливом соціальних комунікації, піару, навіювання тощо. До основних аспектів PR-технологій, які застосовуються при формуванні громадської думки щодо мігрантів, відносяться медіакомунікації, лобіювання, кризовий PR, онлайн-комунікації тощо [2].

Мережа Інтернет, соціальні комунікації сьогодні стають найдемократичнішими системами доступу до інформації, що швидко розширюється та ідеально підходять для вкидання своєчасної і «правильної» інформації. Вони часто стають платформами для різного роду дискусій в реальному часі і використовуються з метою формування відповідного іміджу мігрантів. Через соціальні комунікації, українські мігранти мають можливість вільно спілкуватися та брати участь в обговоренні значущих соціальних проблем та не втрачати свою приналежність до батьківщини. Все це посилює ідентичність мігрантів та їх приналежність до своєї культури, цінностей та традицій.

Медіа можуть допомогти розбити стереотипи, контексти, щоб ми могли зрозуміти складні концепції. Чітке та різностороннє висвітлення передумов міграційних процесів в кожен історичний період часу, в змозі сформувати громадську думку та ставлення до мігрантів. Суттєве спрощення та недостатньо ґрунтовний аналіз нюансів міграційної ситуації може сприяти ксенофобії та мати шкідливі наслідки для української ідентичності. Під впливом соціальних медіа, Інтернету із застосуванням сучасних PR-інструментів відбувається трансформація соціальних стосунків.

Література:

1. Красняк О. П., Амонс С. Е. Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. № 48.

2. Хижняк Л. М. Технологізація міжнародного pr: значущість і роль в реалізації цілей сталого розвитку. *Габітус.* 2024. № 62. С. 52–55.

3. Черній Л. В. Феномен «вимушених» мігрантів з України до країн Європейського Союзу. *Габітус*. 2023. № 48. С. 32–36.