

УДК 316.75:342.5:340.131

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v044.2023.19>**А. І. Сушко**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7429-6196>*кандидат історичних наук, доцент кафедри політичних теорій,
факультет психології, політології та соціології
Національного університету «Одеська юридична академія»***Б. А. Римар**ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-8620-8535>*аспірант кафедри політичних теорій,
факультет психології, політології та соціології
Національного університету «Одеська юридична академія»*

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ ЛЕГІТИМНОСТІ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Проблема забезпечення легітимності публічної влади набуває особливої ваги в умовах становлення цифрового суспільства. Адже технологічні зміни у комунікативному просторі спричиняють не лише суттєві трансформації у відносинах між громадянами та публічною владою, які знаходять вираження у концепціях електронної демократії, електронного уряду, мережевої демократії тощо. У процесі переходу від індустріального до постіндустріального та цифрового суспільства видозмінюється соціальний порядок, переглядаються фундаментальні засади соціальної взаємодії. Це визначальним чином впливає на легітимність публічної влади. Слідом за засновником «канону легітимності» М. Вебером та його послідовниками визначимо соціальний порядок в якості «плавильного котла» легітимності публічної влади, яка має три джерела: раціонально-правові, традиційні, харизматичні [2]. Щодо веберіанської концепції, то вона не лише є «центром канону досліджень легітимності» та дозволяє відокремити поняття «легальності» від «легітимності», а, найголовніше, визначити легітимність через такі поняття, як «визнання», «віра», «довіра», «підтримка», «виправдання», «згода» [12, с. 5].

Концепція легітимності соціального порядку (на відміну від визначення легітимності окремих лідерів чи політичних інститутів) дозволяє перенести фокус дослідницької уваги на соціокультурні чинники трансформації соціального порядку та визначити, яким чином розвиток політичної комунікації та соціальних мереж впливає на новий феномен – легітимність соціального порядку цифрового суспільства. На перший план виходять соціокультурні чинники, які й обумовлюють конструювання ідентичностей в епоху цифрового суспільства. Соціокультурні чинники стають осердям формування ідентичностей, норм,

цінностей та інститутів. Комунікативна взаємодія між ними утворює соціальний порядок. До соціокультурних чинників легітимності соціального порядку відносяться як спільна історична доля та спільність походження так і мова, культура, релігія та політика пам'яті; а створення та збереження широкого суспільного консенсусу щодо соціокультурних чинників легітимності соціального порядку сприяє становленню демократії та ринкової економіки. Вітчизняні дослідники звертають увагу на те, що «...соціокультурна ідентичність епохи постмодерну поєднує характеристики національно-культурної ідентичності епохи традиційного суспільства та громадянсько-політичної ідентичності модерного суспільства. Ідеться про такі складові соціокультурної ідентичності, як національна, конфесійна, гендерна, мовна, культурна, ідеологічна, партійна, регіональна ідентичності... саме на них спрямовано вплив механізмів державного управління в процесі формування соціокультурної ідентичності... у сучасних умовах формування соціокультурної ідентичності потребує цілеспрямованої організаційно-правової, координуючої, контролюючої та комунікаційної діяльності, що пов'язується з ухваленням відповідних державно-управлінських рішень... процес формування соціокультурної ідентичності інтегровано в історичний контекст, він пов'язується із минулим держави, її традиціями, політичною системою» [4, с. 186].

Становлення цифрового суспільства актуалізує потребу переосмислення як феномену легітимності у цілому, так і ролі соціокультурних чинників у процесі її формування щодо соціального порядку й політичних акторів та інститутів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Дослідження сутності соціокультурних чинників у політичних процесах та їх ролі у процесі переходу від індустріального до

цифрового суспільства широко представлені у науковому дискурсі. Варто відзначити праці таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як Б. Андерсон, С. Байрачний, З. Бауман, Е. Гіденс, С. Гантингтон, Е. Еріксон, О. Зернецька, М. Кастельс, Ф. Кесиді, О. Рафальський, О. Стегній, ін.

Серед досліджень соціокультурних чинників у вітчизняному політичному та економічному контекстах варто відзначити праці В. Малініна, М. Адамовича, О. Свідерської, І. Нгулевського, ін. Зокрема, В. Малінін визначає соціокультурну ідентичність «...як процес ототожнення особистості з певними культурними ідеалами, які історично сформувались в національній культурі країни на основі духовних цінностей, що зберігаються, і транслюються наступним поколінням як національне надбання. Індивід, у процесі соціалізації виступає об'єктом культурного та соціального впливу, засвоює культуру, а згодом – функціонує в культурному середовищі і створює (відтворює) культуру. Саме тому важливим фактором формування соціокультурної ідентичності стає національна система освіти, яка повинна орієнтуватись на загальнолюдські цінності, світову і національну культуру з метою сприяння розвитку особистості, її культурному самовизначенню і саморозвитку [5, с. 260]. Також В. Малінін зазначає, що «Соціокультурна ідентичність – це широке поняття, яке охоплює елементи етнічної ідентичності (визначення культури, до якої належить індивід: української, російської, польської, німецької), цивілізаційної ідентичності (орієнтація на «Схід» або «Захід»), політичної ідентичності (тип політичної культури, до якої відноситься індивід) та ін. Це обумовлено тим, що ідентичність знаходиться у культурному просторі, вона обумовлена культурними вимірами» [5, с. 260]. У цифровому суспільстві зростає вплив масмедіа на формування соціокультурних чинників легітимності. Щодо визначення сутності медіа-скандалів та впливу масмедіа на легітимність, то варто звернути увагу на те, що «медіа-скандал у публічній сфері виникає внаслідок порушення відповідності у стосунках між громадською думкою та діями політичних акторів. Інакше кажучи, медіа-скандал виникає внаслідок порушення представниками публічної політики соціальних норм та правил, що стає відомим суспільству завдяки мас-медіа. Сучасні медіа мають можливість викласти скандальні факти у вигляді захоплюючої історії та спричинити інтерес та жваве обговорення» [11].

На думку М. Адамовича, який досліджує соціокультурні чинники в умовах «економіки знань», «Соціокультурним виміром «економіки знань» є людський капітал та людський потенціал, центральними елементами яких виступає людина як соціальна істота і втілення культури

в особистості (освіті, науки, ставлення до себе та світу). Таким чином, соціокультурними чинниками глобального економічного розвитку й є людський капітал та людський потенціал, розкриті через призму освіти, знань, енергії індивіда, технологій та інновацій, які є концентрацією та практичним вираженням освіти, знань та енергії індивіда» [1, с. 14].

О. Свідерська визначає соціокультурні чинники масової політичної поведінки в інформаційному суспільстві: «...сьогодні надзвичайно актуальним у питанні формування масової політичної поведінки є дослідження її чинників, зокрема – соціокультурних. Ступивши у ХХІ століття ми не тільки відкрили для себе епоху відкритого доступу до інформації, й нівелювання кордонів між багатьма країнами, але й стали свідками формування нової культури, котру транслюють нам, мало не кожної хвилини, соціальні мережі, отже можна сказати, що формування політичної реальності, зокрема й політичної поведінки індивіда все більше залежить від того які соціокультурні конструкти нам надійдуть із віртуального простору. Вважаємо, що попри те, що ідея вільної і відкритої інформації, і практично безконтрольного її розповсюдження є шляхетною, проте досить таки абстрактною цінністю. Окремою проблемою також є різке зростання використання популізму серед політиків як світового, так і меншого – локального рівнів, формування ними ж фейкових повідомлень, націлених на певну політичну реакцію членів суспільства, тощо. Масова політична поведінка у сучасному, сповненому нових викликів та ризиків інформаційного суспільства продовжує існувати у двох просторах політичної реальності – віртуальному й реальному, й попри те, що механізми її формування є незмінними, сама типологія суттєво зазнала трансформації» [8, с. 36].

І. Нгулевський визначає «...розвиток ціннісної орієнтації на засадах ідеологій демократичного спрямування... одним із соціокультурних чинників трансформації політичного лідерства в Україні... наступним соціокультурним чинником трансформації політичного лідерства ми визначаємо розвиток соціальної взаємодії в діяльності політичних інституцій, яка стає їх новою цінністю і сприяє формуванню довіри суспільства до політичних інститутів влади, основними детермінантами якої є прозорість, відкритість, зворотність зв'язку, перспективність взаємодії, довгостроковість відносин, раціональність, доцільність, вигідність відносин, емоційність зв'язку... Важливим соціокультурним чинником трансформації політичного лідерства є утвердження функціональних обов'язків політичних лідерів, які забезпечуватимуть рівень довіри суспільства до політичних інститутів влади, основними детермінантами якої є прозорість, відкритість, зворотність зв'язку,

перспективність взаємодії, довгостроковість відносин, раціональність, доцільність, вигідність відносин, емоційність зв'язку» [6, с. 82, 84]. Натомість, недостатньо уваги приділяється визначенню соціокультурних чинників легітимності публічної влади.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення соціокультурних чинників легітимності публічної влади. Задля досягнення мети необхідно окреслити зв'язок між соціокультурними чинниками формування ідентичності та конструюванням соціального порядку в умовах становлення цифрового суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Автори колективної монографії «Цивілізаційна ідентичність українства: історія і сучасність» [10], відзначаючи загадковість такого соціокультурного поняття як ідентичність, обґрунтовують необхідність міждисциплінарного дослідження взаємодії усіх видів ідентичності – індивідуальної та групової; релігійної, етнічної, національної, культурної, громадянської. Зазначається, що «З погляду антропоцентризму і соціокультурного підходу пріоритетне місце в структурі ідентичностей посідає індивідуальна, яка... невіддільна від соціальної ідентичності. Людина так чи інакше пов'язує свою власну належність з певною соціальною групою чи групами, з їх цінностями. Соціальна ідентичність, у свою чергу, має декілька видів або типів, наприклад, групова, організаційна, етнічна, національна, культурна, професійна, громадянська, політична тощо. Особливе місце в ієрархії цих видів посідає цивілізаційна ідентичність, в основі якої лежать цінності тієї чи іншої цивілізації. При цьому, кожна із зазначених різновидностей ідентичності має свої критерії ідентифікації, відображаючи різні елементи та рівні цього суспільного явища» [10, с. 29].

В умовах широкомасштабної збройної агресії відбуваються суттєві трансформації соціального порядку та, водночас, активно формується соціокультурна ідентичність українських громадян. Легітимність соціального порядку, яка є основою для легітимації політичних лідерів та інститутів публічної влади ґрунтується на важливих складових соціокультурної ідентичності. Соціокультурні чинники консолідують українське суспільство. Формуються сталі соціокультурні групи, які об'єднуються навколо демократичних цінностей, активно підтримують процес європейської інтеграції України.

Наведемо дані соціологічних досліджень, які було оприлюднено влітку 2022 року. За даними соціологів «85% населення України вважають себе перш за все громадянами своєї країни. При цьому серед різних соціальних категорій насе-

лення – вікових, регіональних, лінгво-етнічних, гендерних і поселенських – немає великої різниці за цим показником. Так, серед жителів Сходу 81% вважають себе перш за все громадянами України, серед російськомовних українців – 81%, серед російськомовних росіян – 78%. На питання «Ким Ви себе перш за все вважаєте?», що стосувалося ідентичності в територіальному та політичному контекстах, майже 85% опитаних обрали варіант відповіді «Громадянином України». Мешканцем свого населеного пункту або регіону себе вважають трохи більше 6%. Громадянином світу або Європи себе назвали майже 4%. Близько 3% вважають себе представником етносу або нації. Громадянином колишнього Радянського Союзу себе відчуває трохи менше 1% опитаних. Отже, за невеликими винятками, населення України вважає себе перш за все громадянами своєї країни» [7].

За результатами дослідження «Ідентичність. Патріотизм. Цінності», проведеного групою «Рейтинг» 17-18 серпня 2022 року презентовано наступні дані: «Абсолютна більшість опитаних ідентифікує себе як громадян України (94%). Майже стільки ж – мешканцем свого регіону. Половина ідентифікують себе європейцями (близько 30% – ні). «Радянською людиною» отожднюють себе майже 10%, натомість більше 80% – ні. Щодо громадянської ідентичності то не фіксується відчутних відмінностей в регіональному та віковому розрізі. Окрім того, європейцями себе частіше вважає молодь, а «радянською людиною» – старші. Продовжує зростати кількість тих, хто частіше розмовляє українською вдома. Так, сьогодні 51% зазначили, що розмовляють вдома українською (у квітні 2022 – 48%), третина – двома мовами, 13% – російською. Більше половини мешканців півдня і сходу двомовні, близько чверті – російськомовні. Використання російською у побуті зменшилося приблизно вдвічі. 76% вказали українську мову як рідну, 19% – російську. При цьому 30% російськомовних вважають своєю рідною українську» [9].

Також респондентам було запропоновано визначити три слова, які характеризують Україну у майбутньому. Отримано наступний результат: «Першим словом найчастіше була «вільна». Також серед перших слів часто звучали «сильна», «квітуча», «процвітаюча», «мирна», «щаслива». Другою ознакою для характеристики майбутнього України опитані найчастіше вживали «незалежна». Третьою ознакою – «багата». Також використовували такі характеристики як «європейська», «розвинута», «єдина». Аналіз за віковими групами показав: якщо молодь частіше від інших вікових категорій бачить майбутню Україну як вільну, незалежну і сильну, середній вік – мирну, процвітаючу та успішну, а старші – багату, квітучу і щасливу. За статтю теж є різниці:

чоловіки частіше бачать майбутню Україну вільною, незалежною, сильною, прогресивною, демократичною, європейською без корупції. Тоді як жінки, – багатою, квітучою, мирною, щасливою та непереможною» [9].

У цьому дослідженні також представлено результати щодо споживання медійного контенту громадянами України. Для формування соціокультурної ідентичності в умовах медіатизації політики одним із головних виступає інститут масмедіа. Щоправда, у авторитарних країнах діяльність медіа далека від демократичних ідеалів. Навпаки, медіа перетворюються на інструмент пропаганди та постійних політичних спекуляцій та маніпуляцій. Небезпека полягає у тому, що політичні меседжі також приховані і у розважальних програмах та серіалах, які також впливають на соціокультурну ідентичність. Отже: «Більше 40% опитаних взагалі перестали дивитися російські серіали, ще чверть не дивилися раніше і зараз не дивляться. Загалом майже 70% не дивилися російські серіали протягом останніх півроку і ця цифра зросла втричі. Тільки 15% продовжують дивитися російські серіали як і раніше. Більше 40% опитаних взагалі перестали слухати російську музику, ще 18% не слухали раніше і зараз не слухають. Загалом майже 60% не слухали російську музику протягом останніх півроку і ця цифра зросла майже в'яттеро. Тільки чверть продовжують слухати російську музику як і раніше» [9].

Усі ці тренди щодо консолідації українського суспільства та формування соціокультурної ідентичності збереглися і у 2023 році. Легітимність соціального порядку не викликала сумнівів у більшості респондентів, які пишуться українським громадянством. Так, за результатами дослідження *Центру Разумкова з 23 по 31 травня 2023 року*, «Відповідаючи на запитання «Наскільки Ви пишаетесь тим, що Ви громадянин України?», у травні 2023р. 94% опитаних громадян України відповіли, що «дуже пишаетесь» або «скоріше пишаетесь» своїм українським громадянством. У 2015р. таких було 68%, у 2010р. – 62%, у 2000р. – 62%. Особливо помітне зростання частки тих, хто «дуже пишаетесь» українським громадянством – від 23% у 2000р. до 71% у 2023р. 98% респондентів сприймають Україну як свою Батьківщину (у 2006р. таких було 93%). 97% опитаних відповіли, що мають почуття патріотизму, любові до України (у 2016р. таку відповідь давали 76%). Порівняно з попередніми роками, зросла частка тих, хто пишаетесь державними символами України: Прапором України (з 26% у 2011р. до 75% у 2023р.), Гербом України (з 25% до 74%), Гімном (з 22,5% до 69%). Також з 32% до 74% зросла частка тих,

хто пишаетесь державною мовою України, з 19% до 57% – частка тих, хто пишаетесь її грошовою одиницею (гривнею) [3].

Легітимність публічної влади, завдяки посиленню ролі комунікативних мереж, поступово віртуалізується, а її забезпечення набуває ознак медіатизації. Сучасні медіа стають настільки потужними, що визначають результат процесу формування громадської думки. Наприклад, легітимність публічної влади в Україні конструюється у медіа-просторі, а руйнується досить часто завдяки медіа-скандалам, найвідоміші з яких – «справа Лазаренка», «касетний скандал», справа «Укроборонпрома» тощо. Це дозволяє визначити «подвійні стандарти» у політичній діяльності, як невідповідність дій політиків очікуванням громадян. Тобто, медіа-скандали ілюструють деяку відчуженість політиків від соціального порядку, норм та правил поведінки громадян та їх очікувань від поведінки представників публічної влади.

Висновки. Сучасний політичний процес характеризується зростаючим впливом соціокультурних чинників на легітимність публічної влади в Україні. Широкомасштабна збройна агресія консолідувала українське суспільство саме навколо соціокультурної ідентичності. Сформувався сталі соціальні групи, які характеризуються єдністю щодо мовної та культурної складових соціокультурної ідентичності, пишаетесь українським громадянством, бачать майбутню Україну вільною, незалежною, багатою, мирною та сильною. Про це переконливо свідчать наведені дані соціологічних досліджень. Соціокультурна ідентичність в умовах переходу до цифрового суспільства утворює нові можливості щодо становлення «суспільства культури» (термін відомого філософа П. Козловські). Маркери соціокультурної ідентичності визначають рівень довіри до соціального порядку та визнання його легітимним. Культурна та духовна єдність людей перетворюється на впливовий політичний феномен. Довіра між публічною владою та громадянами конструюється у процесі комунікативної взаємодії на основі спільних соціокультурних ідентичностей. До соціокультурних чинників легітимності публічної влади відносяться такі групові риси, як спільна територія, історична доля, культура, релігія, мова, історична пам'ять.

Політичний вибір індивідів стає залежним від соціокультурних чинників (уявлень про культурну ідентичність, належність до певної цивілізації, вибір культурної, мовної, релігійної ідентичності тощо). Соціокультурні чинники сприяють появі та розвитку нових форм ідентичності, які пов'язуються із самореалізацією та самовизначенням індивідів.

Література

1. Адамович М. П. Соціокультурні чинники глобального економічного розвитку в умовах поступу «економіки знань». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 20. С. 10-14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_20_4.
2. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Київ : Основи, 1998. 534 с.
3. Ефективність реалізації державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності: соціологічні індикатори (травень 2023 р.). *Разумков центр*. 29 червня 2023. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamku/sotsiologichni-doslidzhennia/efektyvnist-realizatsii-derzhavnoi-polityky-u-sferi-utverdzhennia-ukrainskoi-natsionalnoi-ta-gromadianskoi-identychnosti-sotsiologichni-indykatory-traven-2023r>
4. Малінін В. В. Механізми формування соціокультурної ідентичності в контексті реформування системи державного управління : дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02. Одеса, 2016. 236 с.
5. Малінін В. В. Соціокультурна ідентичність як чинник підвищення ефективності політичного управління. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 48. С. 258-267.
6. Негулевський І.П. Трансформація політичного лідерства в сучасній Україні: соціокультурні чинники. *Політикус : науковий журнал*. 2021. № 2. С. 81-86.
7. Показники національно-громадянської української ідентичності: Пресреліз Інституту соціології НАН України. *Київський міжнародний інститут соціології*. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1131&page=1>.
8. Свідерська О. І. Соціокультурні чинники формування масової політичної поведінки в інформаційному суспільстві. *Збірник наукових праць ГО*. 2020. С. 33-36. Doi: 10.36074/03.04.2020.v3.10
9. Сімнадцять загальнонаціональне опитування: ідентичність, патріотизм, цінності (17-18 серпня 2022). *Соціологічна група Рейтинг*. 22 серпня 2022. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/s_mnadcyate_zagalnonac_onalne_opituvannya_dentichn_st_patr_otizm_c_nnost_17-18_serpnua_2022.html
10. Цивілізаційна ідентичність українства: історія і сучасність / авт. кол.: О. Рафальський (керівник), Я. Калакура (науковий редактор), О. Калакура, М. Юрій. Київ : ІПіЕнД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2022. 512 с.
11. Яковлев Д. В. Медіа-скандал як біфуркація політичного розвитку в умовах віртуалізації політики. *Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*. Серія: Соціологія, політологія. 2009. Том 14, Вип. 13. 2014. С. 355-364. URL: <http://dspace.opu.edu.ua:8080/handle/123456789/1502>
12. Яковлева Л. І. Канон легітимності: класичні визначення, політико-правові контрасти, сучасні виклики. *Політикус: науковий журнал*. 2020. Випуск 1. С. 5-11.

Анотація

Сушко А. І., Рymar Б. А. Соціокультурні чинники легітимності публічної влади. – Стаття.

У сучасному політичному процесі набувають особливої ваги соціокультурні чинники. Це обумовлено переходом до цифрового суспільства, зростанням ролі політичної комунікації (ідеться про політизацію медійного дискурсу та медіатизацію політики), яка утворює символні простори. Для індивідів, включених до комунікативного середовища, основою формування індивідуальної та групової ідентичності у процесі комунікативної взаємодії стають соціокультурні чинники. У візіях постмодерного суспільства широко презентовані саме соціокультурні чинники та зроблено наголос на «культурі постмодерну» та переході від «суспільства праці до суспільства культури» (П. Козловський), яка стає визначальною у соціальних та політичних процесах. Ідеться про соціокультурну ідентичність, культуру науки, економічну культуру. Культурна та духовна єдність людей перетворюється на впливовий політичний феномен. До соціокультурних чинників легітимності публічної влади віднесено такі групові риси, як спільна територія, історична доля, культура, релігія, мова, історична пам'ять. Навіть політичний вибір індивідів стає залежним від соціокультурних чинників (уявлень про культурну ідентичність, належність до певної цивілізації, вибір культурної, мовної, релігійної ідентичності тощо). Відповідно, публічна політика має не лише враховувати сучасні трансформації соціокультурного простору, а й впливати на їх формування. Від ефективної публічної політики у соціокультурному просторі залежить легітимність публічної влади. Соціокультурні чинники сприяють появі та розвитку нових форм ідентичності, які пов'язуються із самореалізацією та самовизначенням індивідів у культурному просторі. У процесі демократизації українського суспільства соціокультурні чинники відіграють важливу роль у процесі забезпечення легітимності публічної влади. Адже, довіра між публічною владою та громадянами конструюється у процесі комунікативної взаємодії на основі спільних соціокультурних ідентичностей.

Ключові слова: політичний процес, легітимність, ідентичність, соціокультурна ідентичність, демократія, медіатизація політики, публічна влада, цивілізаційна ідентичність.

Summary

Sushko A. I., Rymar B. A. Sociocultural factors of legitimacy public authority. – Article.

In the modern political process, sociocultural factors are gaining special importance. This is due to the transition to a digital society and the growing role of communication (we are talking about the politicization of media discourse and the mediatization of politics). The individual is included in the communicative environment, and sociocultural factors become the basis of the formation of individual and group identity in the process of communicative interaction. In the visions of the postmodern society, the sociocultural factors are widely presented, and the emphasis is placed on the

"postmodern culture" and the transition from the "labor society to the culture society" (P. Koslovski), which becomes decisive in social and political processes. We are talking about sociocultural identity, culture of science, economic culture, etc. Cultural and spiritual unity of people turns into an influential political phenomenon. Sociocultural factors of the legitimacy of public power include such group features as common territory, historical destiny, culture, religion, language, and historical memory. Even the political choice of individuals becomes dependent on sociocultural factors (perceptions of cultural identity, belonging to a certain civilization, choice of cultural, linguistic, religious identity, etc.). Accordingly, public policy should not only take into account modern transformations of the sociocultural

space, but also influence their formation. The legitimacy of public authority depends on effective public policy in the sociocultural space. Sociocultural factors contribute to the emergence and development of new forms of identity, which are associated with the self-realization and self-determination of an individual in the cultural space. In the process of democratization of Ukrainian society, sociocultural factors play an important role in the process of ensuring the legitimacy of public authority. After all, trust between public authorities and citizens is constructed in the process of communicative interaction on the basis of common sociocultural identities.

Key words: political process, legitimacy, identity, sociocultural identity, democracy, mediatization of politics, public power, civilizational identity.