

УДК 329:303.094.4

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v050.2024.40>**С. Л. Швець**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2886-1537>

кандидат політичних наук.,

викладач кафедри політичних наук і права

Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

В. М. ЛозинськийORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-4516-0482>

аспірант кафедри політичних наук і права

Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

ПРОСТІР ПОЛІТИЧНИХ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ В УКРАЇНІ: ІНСТИТУЦІЙНИЙ ТА КОМУНІКАТИВНИЙ ВИМІРИ

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Глобальні політичні та соціально-економічні трансформації, у вирі яких Україна знаходиться від самого початку здобуття Незалежності, безумовно спричинили суттєві зміни у просторі політичних ідентичностей. Основним трендом ХХІ століття, який визначає специфіку простору політичних ідентичностей є становлення постіндустріального суспільства.

Розпад Радянського Союзу під впливом національних рухів та подальша демократизація пострадянських спільнот спричинили формування транзитних суспільств, гібридних політичних режимів і економічних систем.

Широкомасштабне російське вторгнення загостило не лише проблему відносин «імперії та нації» (за влучним висловом Р. Шпорлюка щодо історичного досвіду України) у контексті загальної проблеми «конфлікту ідентичностей», а й засвідчило необхідність інтеграції до європейського простору політичних ідентичностей одночасно із дезінтеграцією з пострадянсько-імперськими політичними ідентичностями.

Усе вищезазначене актуалізує дослідження політичних ідентичностей в Україні та змушує переосмислити інституційний та комунікативний виміри процесу формування простору політичних ідентичностей українського суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Грунтовні наукові праці, присвячені формуванню простору політичних ідентичностей в Україні належать Є. Бистрицькому, Я. Грицаку, В. Дмитрієву, М. Кармазіній, З. Когути, Г. Коржову, С. Наумкіній, Н. Пашиній, С. Пролєєву, Є. Суботі, М. Степіко, Н. Черниш, Н. Яковенко, ін. Щодо визначень ідентичності та політичної ідентичності, то для даної розвідки фундаментальними є наступні:

1) «Під поняттям «сучасна українська ідентичність» розуміється сукупність національно-культурних цінностей, понять, уявлень і традицій, а також комплекс громадсько-політичних, морально-психологічних, релігійних і мовних переконань. Вони мотивують поведінку громадян, спонукають їх до вчинків, пов'язаних із підтримкою дій державних інституцій у цій сфері» [10, с. 353];

2) «... ідентичність формується та змінюється відповідно до соціально-групової належності особи. Ідеться про персональне усвідомлення власного місця та ролі у спільноті, отже, про формування ціннісно-сміслових орієнтацій як характеристик особистості. У цьому сенсі поняття ідентичності має обов'язковий та необхідний рефлексійний або інтенційний вимір: спрямованість учасників в актах самоусвідомлення на віднесення себе до тієї чи тієї спільноти, колективу» [2];

3) «Політична ідентичність – це політико-ціннісне самовизначення суб'єкта через ототожнення з певною політичною спільнотою, що виявляється в формуванні та відтворенні усталених політичних практик... процес політичної ідентифікації відіграє основну роль в об'єднанні зусиль людей для вирішення суспільно значущих завдань, у забезпеченні життєдіяльності політичних інститутів» [9].

Також, безумовно, заслуговує на увагу гіпотеза В. Дмитрієва, щодо переходу на сучасному етапі від партійної та ідеологічної ідентичності до медіатизованої ідентичності [4]. Ця гіпотеза потребує подальшого обґрунтування, але має певний пізнавальний потенціал для досліджень ідентичності з точки зору політичної науки.

Визначенню трансформацій простору політичних ідентичностей українського суспільства сприяють соціологічні дослідження.

Зокрема, у дослідженнях ідентичностей громадян України Центром Разумкова, які проводяться з 2005 року, відзначається «...низка особливостей ідентичності громадян нашої країни, зокрема, суперечливість процесу формування спільної громадянської ідентичності... ідентичність громадян України продовжує формуватися у напрямі усвідомлення себе як окремої спільноти, політичної нації, яка має власну країну, історію, мову, культуру, спільне (за основними цілями) бачення майбутнього, веде збройну боротьбу проти агресора за право на реалізацію свого вибору. Найбільш значущим індикатором цього процесу є вищий рівень патріотизму, загальнонаціональної та української соціокультурної самоідентифікації, більш оптимістичні оцінки молодшими категоріями респондентів перспектив розвитку України. Адже саме боротьба за ствердження в Україні європейських цінностей була рушійною силою Революції Гідності, саме боротьбою різних ціннісних систем є протиставлення України з російським агресором, що триває сьогодні» [8].

Водночас, слід відзначити, що недостатньо уваги приділяється суттєвим трансформаціям інституційного та комунікативного вимірів простору політичних ідентичностей в Україні.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення інституційного та комунікативного вимірів простору політичних ідентичностей в Україні.

Виклад основного матеріалу. Модернізацію мобілізаційного типу (еру «фабричних труб») поступово змінює інформаційне суспільство, яке утворює інклюзивний простір комунікативних мереж. Як зазначає В. Дмитрієв: «На даному етапі можна стверджувати появу феномену медіатизованої політичної ідентичності. Ця ідентичність характеризується мінливістю, впливом комунікативних технологій та медіа-скандалів. Вона формується масмедіа протягом декількох місяців у ході електоральної кампанії та може бути змінена під час наступних виборів... Інтернет-комунікації посідають одне із центральних місць у взаємодії публічної влади та громадян, різних груп та спільнот, у електоральному процесі тощо... політична ідентичність також формується під впливом медіа-логіки та поступово перетворюється на комунікативний процес» [5].

Для простору політичних ідентичностей українського суспільства характерними ознаками є зменшення ролі таких політичних інститутів, як партії, уряд та парламент. Водночас, зростає вага політичних комунікацій та інституту мас медіа. Інтеграційні процеси з ЄС поєднуються із дезінтеграцією із пострадянським простором (необхідність розриву із пострадянською ідентичністю, яка є гібридом російського імперіалізму, радянського комунізму та націона-

лізму «руського миру», стала очевидною після початку війни).

Горбачовська «перестройка», яка на початковому етапі сприяла впровадженню свободи слова та приватної ініціативи, зрештою, так і залишилась в історії проектом «незавершеної демократизації». У просторі політичних ідентичностей це означало збереження позиції «радянської людини» та неможливість подолання авторитаризму і влади «номенклатури» бюрократії.

Відзначимо, що «Перебудова стала символом половинчастості у політиці... Саме тому його [Горбачова] критикують за абсолютно протилежні речі. За намагання зберегти імперію, прагнення реформувати Союз та його розпад. За ставку на номенклатуру і боротьбу з нею. За свободу слова та цензуру, народовладдя й нездатність почути голосу народу. За підтримку дисидентів та дисидентського руху (А. Сахарова та ін.) та занадто ліберальне ставлення до них... Усвідомлення М. Горбачовим важливості національного питання не убезпечило від вибуху націоналізму та зіткнення національних ідентичностей, нейтралізація комуністичної партії не призвела до конкурентної багатопартійної системи та не позбавила політичної ваги «партію влади» (колишніх комуністів, які зберегли владу завдяки удаваній безпартійності) у пострадянських республіках [13].

Ба більше, саме у період розпаду СРСР було збережено політичні інтенції автократії та закладено економічний та військовий фундамент до відновлення російської імперської експансії. Йдеться також про квазі-державні утворення та осередки напруги (від Абхазії та Південної Осетії до Придністров'я), які є дестабілізуючим фактором для усього простору політичних ідентичностей на пострадянському просторі. Окремо слід наголосити на факторі міграції.

Відзначимо: «В даний час міграція з розряду соціально-економічного феномену переходить в розряд політичного. У зв'язку з цим розуміння взаємозв'язку політичних процесів та міграції, а також виявлення сутності, характеру і спрямованості їх взаємодії стає необхідним елементом досягнення національної та регіональної безпеки. Геополітичні зміни в сучасному світі з неминучістю приводять до нових хвиль міграції, роблять міграцію глобальним явищем і зводять всі супутні їй проблеми, в тому числі проблему біженців, в ранг глобальних... У зв'язку з цим зростає роль політико-управлінських рішень, спрямованих на підтримку політичного порядку, міграція стає об'єктом політичного контролю і регулювання, однак належної ефективності їх неможливо досягти без розвитку відповідних напрямів наукового знання [11].

Варто погодитись із тим, що «Проблема формування української ідентичності набула акту-

альності в суспільстві у 2014 р., а з 2022 це поняття стало складовою частиною національної безпеки. Традиційно дискусії в цій сфері точаться навколо понять національної та громадянської ідентичності. Складні внутрішні суспільно-політичні процеси, збройна агресія РФ проти України, політика ЄС щодо формування спільної європейської ідентичності – усе це вимагає ширшого комплексного аналізу цих трендів за останнє десятиліття» [1].

На особливу увагу заслуговує розвиток соціальних мереж, під впливом яких трансформуються глобальний простір політичних ідентичностей. Також важливим медіа у просторі політичних ідентичностей є кіноіндустрія. Але, головним медіа-ресурсом є інтернет-комунікації. Медіатизовані політичні ідентичності змінюють систему представництва інтересів у відповідності до формату інтернет-комунікацій.

Також вони «... сприяють перетворенню політики у медіа-процес... віртуалізують політичний простір та створюють «реальну віртуальність»... створюють політичну та медійну «гіперреальність» [12].

Наведемо актуальні дані маркетингових досліджень, які підтверджують гіпотезу щодо постання «медіатизованих» ідентичностей та визначають трансформації медіа-простору.

У травні-червні 2014 року 73,4% українців використовували соцмережі як джерело новин. Найпопулярніші – Telegram (78,1%), YouTube (59,5%) та Facebook (44,6%)... На другому місці – інтернет (без соцмереж) – майже 60%... Щодо вікового розподілу, то молодь традиційно найчастіше обирає соціальні мережі й інтернет без соцмереж: новини у соцмережах споживають 93,3% українців віком від 18 до 29 років та 85,3% віком від 30 до 39 років... Інтернет (без урахування соціальних мереж) найчастіше обирають люди віком від 30 до 39 років (70,4%), дещо менше – аудиторії від 18 до 29 (67%) та від 40 до 49 років (65,4%). Також досить популярні онлайн-джерела серед українців віком 50–59 (60,7%) та 60–69 років (51,6%) [7].

Щодо розподілу аудиторії між соціальними мережами, то у 2024 році дані тут наступні: «Telegram – 78,1%; YouTube – 59,5%; Facebook – 44,6%; Viber – трохи більш як 42%; Instagram – 29,6%; TikTok – 26,8%; X (Twitter) – 7,8%» [7].

В Україні домінує громадянська ідентичність, яка виражається у високому рівні суспільної довіри до активістів, добровольців, волонтерів, представників креативних індустрій (зокрема, й блогерів та інфлюенсерів). Саме завдяки останнім формується простір медіатизованих політичних ідентичностей. Сегменти цього простору утворюються за принципом мережі на основі горизонтальних комунікацій між інфлюенсером та його/її аудиторією. Суттєво змінився контекст

формування простору політичних ідентичностей під впливом медіатизації – відтепер до «локальних» ідентичностей відносяться не мешканці якогось регіону, а певні мережеві спільноти.

Під час війни громадянська ідентичність проявляється у зростанні довіри до середнього класу, до складу якого, за об'єктивними (рівень доходу, освіти) та суб'єктивними (самоідентифікація) показниками, поступово входять військові. У емпіричних соціологічних дослідженнях соціально-психологічну атмосферу у суспільстві визначено в якості однієї із головних складових простору політичних ідентичностей. У свою чергу, індикатором стану соціально-психологічної атмосфери є рівень довіри. Його напрямку можна пов'язати із терміном «Salience» (суб'єктивна важливість, яку індивіди надають різним соціальним ролям).

Відзначимо: «Особиста політична значимість пропонується як характеристика особистості, яка оцінює зв'язок індивідів із політичними подіями та їх особистою ідентичністю. Розглядається його роль у сприянні розвитку політизованої колективної ідентичності та дій» [14].

Рівень довіри вимірюється як до політичних інститутів, так і до інших громадян. За даними дослідження Центру Разумкова у 2017 році рівень довіри до інших членів суспільства в Україні був досить низьким – «75% опитаних в Україні, відповідають, що потрібно бути дуже обережними у стосунках з людьми... Рівень позитивних очікувань українців від дій інших людей є низьким (у середньому 5 балів)»; щодо соціальних інститутів, то станом на 2017 рік «Серед соціальних інститутів найбільшу довіру українців мають Збройні Сили (70% повністю або певною мірою їм довіряють), Церква (66%), гуманітарні та добродійні організації (64%), університети (52%)... Найменше українці довіряють політичним партіям (9%), Парламенту (10%), судам (12%), Уряду (13%), банкам (15%)» [8].

Порівняймо із результатами 2024 року. За цей період відбулась інституціоналізація добровольчих структур та волонтерських організацій. «Найбільшу довіру українців з-поміж усіх державних та суспільних інституцій країни, як і раніше, мають Збройні сили України (95% опитаних). Респонденти також довіряють іншим силовим та оборонним структурам: добровольчим загонам – 85%; Державній службі з надзвичайних ситуацій – 82%; Національній гвардії України – 81%; Державній прикордонній службі – 77%; Міністерству оборони України – 69%; Службі безпеки України – 68%; Національній поліції України – 58%. Президенту України довіряють 64% опитаних. Довіру також висловлювали волонтерським організаціям (78%), церкві (61%), громадським органі-

заціям (55%) та Національному банку України (53%)» [3].

Натомість, для інституційного виміру простору політичних ідентичностей важливим є «антирейтинг» інститутів. Він виглядає таким чином: «... більшість респондентів не довіряють державному апарату (чиновникам) (75%), політичним партіям (72%), Верховній Раді України (70%), судам (судовій системі загалом) (68%), уряду України (64%), прокуратурі (60%), Спеціалізованій антикорупційній прокуратурі (52%), Національному агентству з питань запобігання корупції (51%) та Національному антикорупційному бюро України (51%)» [3].

Для формування простору політичних ідентичностей важливим показником виступає етнічна та мовна ідентичність.

Щодо цього феномену дані соціологів у 2017 році були наступними: «92% опитаних вважають себе етнічними українцями, 6% – етнічними росіянами, 1,5% віднесли себе до інших етносів... Спостерігається тенденція зростання частки респондентів, які ідентифікують себе як етнічних українців, із зниженням віку опитаних (від 87% серед тих, кому 60 і більше років, до 96% серед тих, кому від 18 до 29 років) і зниження частки етнічних росіян (з 10% до 3%)... 74% опитаних в Україні відчувають свою належність лише до однієї національності, 12% – одразу до двох або кількох національностей, 6% – не відчувають належності до жодної національності, 8% – не визначилися» [8].

У цілому, простір політичних ідентичностей українського суспільства характеризується домінуванням загальногромадянської ідентичності. Відзначимо: «В Україні переважає загальногромадянська ідентичність. 95% опитаних абсолютно або скоріше згодні з судженням *«Я вважаю себе громадянином України»*» [8]. У 2023 році громадянську ідентичність було посилено позитивними емоціями: «94% опитаних пишалися тим, що вони є громадянами України» [6].

Визначимо, що соціологічні дослідження фіксують кризу довіри до таких інститутів простору політичних ідентичностей в Україні, як партії, уряд, парламент. Можливо, зниження рівня довіри до політичних партій та зменшення їх ваги у процесі формування простору політичних ідентичностей пов'язується із деінституціоналізацією політичних ідеологій епохи модерну: соціалізму, лібералізму, консерватизму. Адже, саме політичні партії були основними «носіями» ідеологічних доктрин; інститутами, які визначались власною ідеологією та пропагували її. Сучасні партії зосереджуються переважно на електоральних проектах та підтримці лідерів, а не на ідеологіях. Під час виборів партії використовують елементи ідеологічних доктрин задля забезпечення електо-

ральної перемоги, а не створення цілісної концепції урядування.

Висновки. Відтак, у сучасних умовах простір політичних ідентичностей в Україні зазнає суттєвих трансформацій. У цілому, вони обумовлені наступними факторами. По-перше, глобальним процесом становлення інформаційного (постіндустріального) суспільства, який характеризується поступовим переходом від мобілізації на основі примусу до інклюзивності. Внаслідок цього формуються медіатизовані ідентичності, які не є сталими, натомість утворюються за допомогою комунікативних політичних технологій під конкретні вибори. По-друге, розпадом радянської авторитарної політичної та економічної систем, на залишках якої виникають гібридні політичні ідентичності пострадянського типу. По-третє, широкомасштабним російським вторгненням, яке загострило проблему конфлікту «імперської» та національної ідентичностей, водночас посиливши громадянську ідентичність в Україні.

Щодо інституційного виміру простору політичних ідентичностей, то зміни інституційного дизайну простору політичних ідентичностей пов'язані зі зрушеннями у партійній системі, виборчому процесі, масмедіа та деінституціоналізацією ідеологічних доктрин. Щодо останнього феномену, то у сучасному світі ідеології більше не обумовлюють діяльність політичних та державних інститутів, натомість вони продовжують впливати на утворення соціальних та політичних мереж. Знижується довіра громадян до політичних партій та уряду, натомість посилюються такі інститути, як ЗСУ, добровольчі військові формування, волонтерські організації, громадські організації тощо.

Щодо комунікативного виміру, то відзначено трансформації медіа-простору, а саме – зростання впливу мережових медіа та суттєве зменшення рейтингу традиційних медіа. Комунікативний вимір простору політичних ідентичностей українського суспільства визначається соціальними мережами та месенджерами, а не традиційними медіа.

Отже, формування простору політичних ідентичностей у сучасних умовах обумовлено медіатизацією, визначальним впливом комунікативних технологій та соціальних мереж.

Література

1. Аналіз основних тенденцій у сфері колективних ідентичностей українського суспільства: виклики національній безпеці: аналіт. доп. / [Потапенко В., Тищенко Ю., Каплан Ю., Степико М., Валевський О. та ін.]; за ред. В. Потапенка, Ю. Каплан. Київ: НІСД, 2024. 68 с. <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2024.13>
2. Бистрицький Є. Ідентичність, спільнота і політичне судження. *Філософська думка*. 2013.

№ 4. С. 41–61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Philos_2013_4_9.

3. Буняк В. Опитування Центру Разумкова: Українським медіа довіряють 47% респондентів. *Detector media*. 7 лютого 2024. URL: <https://detector.media/infospace/article/222667/2024-02-07-opytuvannya-tsentru-razumkova-ukrainskym-media-doviryayut-47-respondentiv/>

4. Дмитрієв В. В. Вплив мас-медіа на політичну ідентичність. *Наука та суспільне життя України в епоху глобальних викликів людства у цифрову еру (з нагоди 30-річчя проголошення незалежності України та 25-річчя прийняття Конституції України)* : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. м. Одеса, 21 трав., 2021 р. / за загальною редакцією С. В. Ківалова. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Т. 1. С. 195–197. URL: <https://hdl.handle.net/11300/19184>

5. Дмитрієв В. Політична ідентичність: від партійних ідеологій до медіатизованих електоральних кампаній. *Науковий журнал «Politicus»*. 2022. Випуск № 1. С. 44–48. URL: http://politicus.od.ua/1_2022/7.pdf

6. Ідентичність громадян України: тенденції змін (травень 2023р.). *Разумков Центр*. 21 серпня 2023. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamku/sotsiologichni-doslidzhennia/identychnist-gromadian-ukrainy-tendentsii-zmin-traven-2023r>

7. Кузьменко Ю. Де українці найчастіше читають новини – опитування ОПОРИ. *Суспільне. Новини*. 16 липня 2024. URL: <https://susplne.media/792085-de-ukrainci-najcastise-citaut-novini-opituvanna-opori/>

8. Основні засади та шляхи формування спільної ідентичності громадян України. *Інформаційно-аналітичні матеріали до Круглого столу 12 квітня 2017р.* Київ, 2017. 93 с. URL: https://razumkov.org.ua/images/Material_Conference/2017_04_12_ident/2017-Identi-3.pdf

9. Пашина Н. П. Формування політичної ідентичності в умовах демократичної трансформації українського суспільства: Монографія. Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2013. 416 с. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1092/1/form_polit_identychnosti.pdf

10. Субота Є. В. Національна ідентичність і консолідація суспільства у сфері функціонування національних мас-медіа. *Scientific achievements of modern society : abstr. of IV Intern. Sci. and Practical Conf.*, Liverpool, United Kingdom, 4-6 Dec. 2019. Liverpool United Kingdom, 2019. С. 351–359. URL: <http://95.164.172.68:8080/khkdk-xmlui/handle/123456789/594>

11. Швець С. Л. Політико-філософські засади міграційних процесів сучасності. *Перспективи*. 2015. № 4(66). С. 143–148. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/9864/1/Shvets.%202015.pdf>

12. Яковлев Д. В. Політична інтеракція у сучасній Україні: особливості та складові : автореф. дис. ... д-ра юрид. наук : 23.00.02. Одеса, 2009. 30 с.

13. Яковлев Д. В. Світанок демократії: два вибори і три конверти останнього генсека. *Молодий вчений*. 2015. № 8 (2). С. 157–162. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_8\(2\)_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_8(2)_38).

14. Duncan L., Stewart A. Personal Political Salience: The Role of Personality in Collective Identity and Action.

Political Psychology. 2007. Vol. 28. № 2. P. 143–164. URL: <http://www.jstor.org/stable/20447031>.

Анотація

Швець С. Л., Лозинський В. М. Простір політичних ідентичностей в Україні: інституційний та комунікативний виміри. – Стаття.

Статтю присвячено визначенню інституційного та комунікативного вимірів простору політичних ідентичностей в українському суспільстві. Обґрунтовано, що зміни інституційного дизайну простору політичних ідентичностей пов'язані зі зрушеннями у партійній системі, виборчому процесі, масмедіа та деінституціоналізацією ідеологічних доктрин. Щодо останнього феномену, то у сучасному світі ідеології більше не обумовлюють діяльність політичних та державних інститутів, натомість вони продовжують впливати на утворення соціальних та політичних мереж. Окремо відзначено трансформації медіа-простору, а саме – зростання впливу мережевих медіа та суттєве зменшення рейтингу традиційних медіа. Комунікативний вимір простору політичних ідентичностей українського суспільства визначається соціальними мережами та месенджерами, а не традиційними медіа, такими як-от преса, радіо, телебачення. Водночас, серед традиційних медіа недостатньо дослідженим є роль кіноіндустрії.

Відзначено фактори, які обумовлюють трансформації інституційного та комунікативного вимірів простору політичних ідентичностей: 1) становлення постіндустріального суспільства (поступовий глобальний перехід від мобілізації до інклюзії), внаслідок чого можна фіксувати появу та розвиток медіатизованих ідентичностей; 2) розпад радянської авторитарної політичної та економічної системи, на залишках якої виникли гібридні політичні ідентичності пострадянського типу; 3) широкомасштабне російське вторгнення загострило проблему конфлікту імперської та національної ідентичності на усьому пострадянському просторі.

Окремо зроблено наголос на ролі міграційних процесів у формуванні простору політичних ідентичностей. Обґрунтовано, що формування простору політичних ідентичностей обумовлене медіатизацією, визначальними впливом електоральних циклів та соціальних мереж. Маємо справу із «медіатизованою ідентичністю» та конструюванням простору тимчасових ідентичностей задля електоральної перемоги.

Ключові слова: ідентичність, політичні ідентичності, політичні комунікації, політичні партії, простір політичних ідентичностей, політичні інститути, виборчий процес.

Summary

Shvets S. L., Lozynskyi V. M. The space of political identities in Ukraine: institutional and communicative dimensions. – Article.

The article is devoted to defining the institutional and communicative dimensions of the space of political identities in Ukrainian society. It is substantiated that changes in the institutional design of the space of political identities are associated with shifts in the party system, the electoral process, the media, and the

deinstitutionalization of ideological doctrines. As for the latter phenomenon, in the modern world, ideologies no longer determine the activities of political and state institutions, but they continue to influence the formation of social and political networks. The authors also noted the transformation of the media space, namely the growing influence of online media and a significant decrease in the rating of traditional media. The communicative dimension of the space of political identities in Ukrainian society is determined by social networks and messengers, rather than traditional media, such as the press, radio, and television. At the same time, the role of the film industry among traditional media is not sufficiently studied.

The factors that determine the transformation of the institutional and communicative dimensions of the space of political identities are noted: 1) the emergence of a post-industrial society (a gradual global transition from mobilization to inclusion), which results in the emergence

and development of mediatized identities; 2) the collapse of the Soviet authoritarian political and economic system, on the remains of which hybrid political identities of the post-Soviet type emerged; 3) the large-scale Russian invasion exacerbated the problem of the conflict between imperial and national identities throughout the post-Soviet space.

Special emphasis is placed on the role of migration processes in shaping the space of political identities. It is proved that the formation of the space of political identities is conditioned by mediatization, the determining influence of electoral cycles and social networks. We are dealing with a “mediatized identity” and the construction of a space of temporary identities for the sake of electoral victory.

Key words: identity, political identities, political communications, political parties, space of political identities, political institutions, electoral process.