

УДК 316.77:316.334.56:004.738.5(477)
DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v051.2024.32>

І. В. Пономаренко

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3532-8332>

кандидат економічних наук,

доцент кафедри маркетингу

Державного торговельно-економічного університету

С. С. Зайцева

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6994-884X>

кандидат наук з соціальних комунікацій

доцент кафедри педагогіки, української філології та журналістики
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

О. П. Северинчик

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3612-3243>

старший викладач кафедри соціології

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

КОМУНІКАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ МУЛЬТИКУЛЬТУРНОГО СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ ЦИФРОВІЗОВАНОГО МІСТА

Вступ. Сучасне місто дедалі рідше реалізується як проста картографічна площина. Воно постає динамічним текстом, нашарованим символами, спогадами, ринковими знаками. Цифрові сервіси змінюють топологію вулиць так само, як змінюють торгові маршрути. Кожна геолокація тепер вміщує одночасно матеріальну реальність і потікові дані. Утворюється багатовимірний ландшафт, де алгоритм доповнює цеглу, а код коригує бетон. Класична урбаністика шукала сталість, однак пізня модерність підмінює її плинністю. З. Бауман описував таку плинність через метафору рідкого соціуму, що ухиляється від фіксації [1]. Плинність виявляється у нестабільних ідентичностях, гібридних мережах і ситуативних спільнотах. З огляду на маркетингово-комунікаційні орієнтири, що зараз визначають комунікаційний дискурс, місто продає не площу, а досвід, не товар, а історію. Цифрові платформи стають медіаторами цієї торгівлі сенсами, враженнями, цінностями. Вони координують взаємодію локальних виробників, глобальних мереж і мобільних споживачів. Виникає потреба у новій інтеграційній логіці, здатній зшити розрізнені фрагменти, що стає особливо важливо в контексті мультикультурного життя міста. Соціальна інтеграція раніше опиралася на спільні символи, тепер спирається на спільні протоколи. Протоколи соціальних мереж, медійних і маркетингових комунікацій кодують правила обміну даними, емоціями, комерційними сигналами, але такі протоколи водночас підтримують відкритість і ризик сегрегації.

Цей ландшафт формує нові комунікаційні контури між культурами, класами, поколіннями та

потенційно сприяє національній стійкості, яка особливо важлива під час повномасштабної війни. Національна стійкість – це здатність суспільства та держави витримувати й долати загрози, адаптуючись до змін і зберігаючи функціональність [2, с. 52-53]. Вона не обмежується лише політичними інститутами, а охоплює ширші соціокультурні процеси, зокрема духовні цінності, які формують колективну ідентичність. Національна стійкість у сучасному урбаністичному середовищі постає не лише як здатність держави й суспільства реагувати на загрози, адаптуватися до динамічного безпечного контексту та зберігати функціональну цілісність, а як складна система ціннісних орієнтацій, вкорінених у культурному досвіді. У цифровому місті, що функціонує як гетерогенна медіаекосистема, стійкість формується на перетині алгоритмічної координації та духовно-сміслової згуртованості. Така згуртованість включає історичну пам'ять, символічну спадкоємність і моральні орієнтири, що транслуються через наративні практики.

Відкриті дані полегшують колективний моніторинг міських політик, створюючи базу для корективних дій. Такі дії можуть бути швидкими, якщо інфраструктура забезпечує інтероперабельність систем. Європейська обсерваторія зі стандартизації ІКТ, фіксуючи 22 стандарти, підкреслює важливість уніфікованих індикаторів вимірювання [3, р. 20–21]. Уніфікація дає можливість порівнювати міста й поширювати найкращі практики через мережеві платформи. Проте стандарти здатні стати інструментом технократичного диктату, якщо їх застосовувати без контекстної чут-

ливості. Контекст маркетингу, медіа та суспільного життя визначається історією, демографією, економікою, символічним ландшафтом конкретного міста, його ідентичністю. Кожен ландшафт унікальний, попри спільні гобіти глобалізованої культури. Глобальні тренди модифікуються локальними практиками, створюючи інновації, що тяжіють до глокалізації.

Мета дослідження полягає у концептуалізації суспільних комунікаційно-інтеграційних механізмів мультикультурного цифрового міста.

Інформаційно-комунікаційні простори цифровізованого міста та його ідентичності функціонують як багаторівнева мережа обміну смислами, що формує полілог між мобільними групами, локальними спільнотами й глобальними акторами. Кожен вузол цієї мережі продукує дані та водночас споживає їх, руйнуючи сталу ієрархію «центр-периферія». Така циркуляція підсилює потребу в нових моделях соціальної інтеграції, де критерії належності не зводяться до етнічного чи правового статусу, а конструюються навколо поділених цифрових практик. Водночас емоційна близькість, що виникає в онлайн-комунікаціях, зокрема у форумах та соціальних мережах, рідко гарантує матеріальну солідарність офлайн, через що міські мережі залишаються крихкими.

ISO/IEC 30146:2019 пропонує метрики вимірювання зрілості подібних мереж шляхом аналізу пропускну здатності каналів, безпеки даних і ступеня залучення мешканців. Рекомендація ITU-T Y.4905 додає до цієї системи оцінок параметри соціальної згуртованості, екологічної ефективності та інклюзивності, створюючи комплексну матрицю показників [3, р. 20]. У такій логіці комунікація перетворюється на ресурс стратегічного маркетингу міста. Вона формує конкурентну ідентичність, що залучає людський капітал і інвестиції, підтримуючи коло позитивних зворотних зв'язків між якістю життя та брендовою вартістю міського простору.

Світовий Банк підкреслює, що цифрова інфраструктура не гарантує інтеграції сама собою. Вирішальним лишається управління портфелем проєктів, яке збалансовує інтереси секторів і драйвить сталі партнерства [4]. У цій площині мешканець стає співавтором міста, впливаючи на дизайн і функції сервісів через краудсорсингові платформи та соціальні медіа, та інші традиційні форми комунікації, що теж пронизані цифровими практиками. Такі канали створюють інформаційний горизонт дії, де агрегуються потреби, очікування й цінності різних груп. Управлінці отримують точкові інсайти для політик інклюзивності, а бізнес бачить сегменти, що потребують продуктів, адаптованих до мультикультурного контексту.

Разом з тим «рідка модерність, описана З. Бауманом [41], підкреслює нестабільність соціаль-

них зв'язків у гіпермобільному середовищі. Ця нестабільність посилюється швидкими змінами алгоритмів, що керують видимістю контенту й формують спіраль мовчання. У відповідь місто повинно розвивати гібридні простори, де фізична інфраструктура доповнюється цифровими сервісами підтримки, консультацій та медіації конфліктів. Такі сервіси підсилюють інтеграційний потенціал, мінімізуючи ризики фрагментації та відчуження груп, маргіналізованих за мовними, культурними або економічними критеріями. Інституціональні механізми, як-от міські бази даних, потенційно здатні зараджувати відстежувати кореляції між цифровою участю та рівнем соціального капіталу, надаючи доказову базу для політик рівності.

Історичний досвід показує важливість узгодженості між державним регулюванням і саморегуляцією громад. Після Другої світової війни, коли індустріалізація й передміська експансія змінили ландшафт міст, просторове планування без урахування людського фактору породило нові форми сегрегації [5]. У цифрову епоху цей виклик трансформується: структурна нерівність проявляється у доступі до широкосмугового інтернету, цифрової грамотності та можливостей монетизації культурних ресурсів. Тому інтегративні стратегії мають поєднувати технічні інвестиції з програмами соціального маркетингу, що формують довіру до інновацій і знижують бар'єри участі.

Досвід розумних міст доводить, що ефект мережі виникає лише за умов активної комунікації між секторами, включно з громадським, приватним і академічним. Такі платформи співпраці акумулюють різні типи капіталу та перетворюють їх на спільну цінність. Цей ефект підсилюють стандарти прозорості й відкритості даних, що дають змогу мешканцям контролювати проєкти, а інвесторам – оцінювати ризики. Внаслідок цього місто стає інклюзивним простором, де мультикультурна тканина підтримується інформаційними потоками, а соціальна інтеграція зберігає динамічний баланс між різними формами ідентичності.

Таким чином, комунікації у цифровому місті не обмежуються передачею сигналів; вони конструюють соціальну реальність, у якій інтеграція набуває характеру постійного процесу узгодження сенсів. Ступінь успіху залежить від здатності систем збирати якісні дані, забезпечувати партисипативне управління та трансформувати різноманітність на ресурс інновацій. У цьому контексті стратегічний маркетинг комунікацій міста і критична урбаністика сходяться у спільній меті: створити середовище, де технологія, культура й економіка функціонують синергійно, а кожен мешканець відчуває свою приналежність до міської спільноти.

Міжкультурна комунікація среалізується суттєвим виміром цифрового міста, де соціальна інтеграція залежить від дискурсивних практик взаємодії. Сучасні дослідження пропонують багатовимірний аналіз, що враховує когнітивні, емоційні та поведінкові параметри участі мешканців. У такий спосіб міський маркетинг формує політику, де інклюзивність підкріплюється даними соціальних платформ. Класична парадигма відмінностей, окреслена М. Беннетом, наголошує на необхідності діалогу поза стереотипами [6]. Саме діалог створює простір для взаємного перекладу символічних кодів у гіпермедійному середовищі міста. Дж. Стєр розрізняє ідеалізм, інструменталізм і освітнянство як ідеологічні лінзи академічної інтернаціоналізації [7]. Ці лінзи допомагають урбаністам розуміти, як університетські кампуси впливають на культурні потоки в місті. О.-А. Іліє підкреслює значення емпатії та когнітивної гнучкості для міжкультурної адаптації користувачів цифрових сервісів [8]. Уміння слухати інше прискорює розв'язання конфліктів, що виникають у поліетнічних кварталах реального й віртуального міста. М. Колльєр критикує редукцію культури до національної сутності, пропонуючи динамічну модель множинних ідентичностей [9]. Ця перспектива знімає напругу між локальним корінням і глобальними мережами, що формують гнучку лояльність містян. У цифровому просторі така лояльність часто залежить від алгоритмічної видимості маргінальних голосів. Алгоритми курирують інформаційні потоки, переносючи акценти з матеріальної близькості на символічну спільність. Тому управління цифровими каналами стає етичним викликом для муніципалітетів та бізнесу. Стандарти ISO та ITU забезпечують прозорі рамки, але не вирішують питання культурної чутливості практик. Комунікаційний дискурс міста, зокрема його маркетингова стратегія, повинні поєднувати нормативні показники з глибокими етнографічними спостереженнями. Такі спостереження фіксують повсякденні семіотичні ландшафти вуличного мистецтва, гастрономії та ритуалів гостинності.

Політика сприяння міжкультурному діалогу потенційно включатиме майданчики доповненої реальності, що відтворюють історії різних громад. Ці історії підвищують обізнаність мешканців, формуючи емоційний капітал солідарності. Соціальні мережі стають лабораторіями ідентичності, де користувачі тестують культурні гіпотези через меми і стріми. Зворотний зв'язок у цих мережах спрямовує політику бренду міста, уточнюючи його проміс концептуальними хештегами. Водночас цифрове спостереження породжує загрозу гетерономного контролю, що може дискримінувати вразливі категорії, а цифрові бар'єри можуть стати новою формою міської стіни, невидимою,

проте відчутною для транслокальних громад. Щоб уникнути цієї пастки, міська політика повинна спиратися на принципи відкритих даних і демократичної участі.

Відкриті дані збільшують можливості незалежних дослідників контролювати вплив спонсорів на інформаційну екосистему. Партнерства з громадськими організаціями підсилюють легітимність рішень, особливо в питаннях цифрової доступності. Таким чином, мультикультурне місто перетворює комунікацію на інфраструктурний ресурс поряд із транспортом і енергетикою. Цей ресурс забезпечує стійкість соціальної тканини, даючи змогу адаптуватися до швидких технологічних змін. Економічні вигоди проявляються у зростанні креативних індустрій, що використовують культурне різноманіття як інноваційний драйвер. Також існує кореляція між рівнем міжкультурних зв'язків і показниками міського добробуту. Чим сильніші зв'язки, тим вищий індекс довіри та нижчий рівень злочинності. Отже, стратегія комунікацій повинна поєднувати технологічну інфраструктуру з гуманітарним баченням цінності різnorodності. Таке поєднання створює умови для сталої інтеграції, де кожен мешканець відчуває власну значущість у спільному просторі. У підсумку, цифрове місто стає лабораторією людяності, де різноманіття перетворюється на ресурс взаємної підтримки.

Активне зростання цифрового маркетингу, зумовлене розширенням аудиторії поколінь Y, Z та Альфа, стимулює бренди до активної присутності в Інтернеті [10, с.100]. Використання фото, відео, тексту й аудіо сприяє формуванню емоційного зв'язку з клієнтом і підвищенню конверсії [10, с.100]. У цифровізованому місті людина стає активним учасником і співтворцем свого середовища. Завдяки цифровим комунікаціям мешканці можуть взаємодіяти з глобальним світом, брати участь у культурних подіях, не покидаючи домівки [11, р.79]. Контент-маркетинг та медіаконтент стають інструментом у розробці гнучких стратегій просування, що враховують вимоги до якості, актуальності та джерел отримання контенту. Це зумовлює постійний розвиток ринку цифрового контенту. Цифрові канали стають частиною міської інфраструктури: вони забезпечують циркуляцію образів, звуків і текстів, які формують уявлення про спільне життя в місті. Релевантний контент, створений з урахуванням культурної специфіки міських спільнот, сприяє формуванню довіри між брендами, мешканцями та владою. Відтак, цифрове місто реалізується і як мережа технологічних сервісів, а й мережа знаків, у якій бренди, інституції та мешканці творять нову форму урбаністичного співжиття. Пандемія спричинила трансформацію глобального освітнього простору, прискоривши перехід

від традиційного до цифрового навчання та запровадження змішаних форматів – онлайн і офлайн [12, р. 179-180]. Це дало поштовх до появи нових педагогічних практик і моделей, які можуть застосовуватись не лише в кризових, а й у звичайних умовах, і додатково поглибило практику технологій цифрового міста.

Інформація в сучасному суспільстві стала стратегічним ресурсом, що визначає економічні й соціальні процеси. Інформатизація охоплює всі сфери – від дистанційної освіти до державного управління та екологічного моніторингу [13]. В інформаційному суспільстві ключову роль відіграють інформаційні системи, які не лише обробляють дані, а й змінюють структуру організацій, перерозподіляють управлінські повноваження та трансформують підходи до роботи з персоналом. У контексті інформаційно-комунікаційного життя цифровізованого міста, гібридна війна та інформаційна війна набуває нового значення як форма деструктивного втручання в урбаністичний простір. З розвитком цифрових технологій і соціальних медіа інформаційна складова гібридної війни стає не менш важливою, ніж фізичні чи економічні інструменти [14]. Вона спрямована на підірив довіри до інституцій, фрагментацію соціальної єдності, маніпуляцію публічним простором через фейки, емоційно заряджений контент і алгоритмічне посилення конфліктних наративів [14]. Міське середовище, яке функціонує як комунікаційна екосистема, вразливе до таких атак через свою відкритість, високий рівень підключення та мультикультурний характер. Отже, забезпечення інформаційної стійкості стає ключовим компонентом урбаністичного управління. Її можна вважати новим елементом прояву національної стійкості, притаманним цифровій добі. У цифровізованому місті, що функціонує як простір гібридних викликів та міжкультурної взаємодії, національна стійкість набуває нового змісту. Вона постає не лише як безпековий ресурс, а як інтегрована складова духовного коду спільноти – системи уявлень, етичних орієнтирів і естетичних смислів, закорінених у мовних і культурних практиках [2]. Цей «код» формує фільтри сприйняття інформації й визначає здатність суспільства опиратися маніпуляціям та інформаційним атакам. Саме духовно-ціннісний фундамент, що виростає з традицій, мови, гармонії із середовищем, забезпечує внутрішню консолідацію в умовах дестабілізації та сприяє стійкості містян до гібридних загроз у цифровому комунікаційному просторі.

У координатах, окреслених С. Г'ярвардом, медіатизація постає емансипацією медіа від інших інститутів [15]. Їхня логіка пронизує соціальні структури, диктуючи нові норми та процедури. У розумному місті ця логіка матеріалізується в цифрових протоколах, які регулюють

транспорт, енергію та громадську безпеку. Алгоритмізована раціональність переписує правила доступу до міських благ, водночас перекроюючи карти соціальних можливостей. Маркетингові комунікації множать економічний ефект: вони стимулюють локальне виробництво, організовують попит і формують поведінкові звички споживачів. Влада дедалі частіше циркулює у вигляді коду, що ухвалює рішення в реальному часі, відсуваючи процедури легітимації від класичних публічних майданчиків. Статистика UN Habitat промовиста: лише третина муніципалітетів упровадила стандарти відкритих даних у смартпроектах [3, с. 20–21]. Північна Америка демонструє 92 %, Латинська Америка – 66 %, тоді як Африка і Азія мають 39 % та 47 %.

Ці цифри конденсують глобальні асиметрії доступу й влади, що Бауман описував як текучість пізньої модерності. У регіонах із дефіцитом відкритості виникають неформальні ринки даних, які компенсують брак протоколів, але консервизують олігархічні структури. Партисипативні інструменти мають трансформувати мешканця на співтворця міського бренду. Соціальний капітал, народжений такою участю, легітимує цифрові реформи й робить їх стійкими. Проте справжня інтеграція вимагає змісту, що визнає поліфонію міських голосів. Алгоритми персоналізації повинні проходити етичний аудит, щоби не відтворювати приховані упередження.

Отже, комунікація стає сполучною тканиною урбаністичної екосистеми. Вона зшиває економіку, культуру й технологію, формуючи нову модель громадянства. Ця модель тримається на мобільності, даних і взаємному маркетинговому впливі. У перспективі така конфігурація відкриває місту доступ до глобальних потоків ідей і капіталу. Проте без критичної рефлексії вона ризикує відтворити старі ієрархії в нових цифрових формах. Справжня інклюзія народжується там, де технічні рішення супроводжує гуманістичний наратив і прозора участь громади.

Інтеграція цифрових сервісів задає темп модернізації урбаністичного управління, окресленого концепцією смартсіті. ІКТ підвищують ефективність водопостачання, енергетики, транспорту, відходів, здоров'я, освіти і безпеки [16, р. 7]. Смартсервіси знижують ресурсні витрати та підвищують добробут мешканців. Однак результати потребують кількісної валідації через адаптивні індикатори успішності трансформації. Місто, кероване алгоритмами, формує нову диспозицію влади, виводячи рішення за межі класичної публічності. Без критичного аналізу статистика перетворюється на технократичний фасад корпоративних або політичних пріоритетів. Тому соціальна статистика диджиталізованої епохи має охоплювати рух матеріальних і символічних потоків. Вона також

повинна виявляти механіку алгоритмічної селекції, що впливає на доступ до ресурсів.

Комунікаційні платформи у мультикультурному місті становлять інфраструктуру взаємного перекладу світоглядних кодів. Кожна спільнота проектує власні наративи, але потребує спільного інтерфейсу для колективних рішень. Маркетинг міського простору перетворює різноманітність на конкурентну перевагу. Соціальна інтеграція вимагає взаємної довіри, яку підтримують прозорі дані та інклюзивні алгоритми. Бауманова текуча модерність підказує, що зв'язки залишаються крихкими, якщо їх не підкріпити фізичними взаємодіями. Індикатори смартсیتی мають враховувати щільність міжкультурних контактів і спектр медійної видимості маргінальних груп. Відкриті набори даних забезпечують науковцям можливість перевіряти справедливості розподілу послуг. Партисипативні платформи підвищують легітимність, оскільки мешканці стають співавторами міських оновлень. Стратегічна комунікація, основана на емпатії, формує емоційний капітал солідарності у кризові моменти. Таким чином, інформаційно-комунікаційні процеси утворюють живу тканину, що поєднує економіку, культуру й технологію міста. Їхня якість визначає ступінь соціальної інтеграції та стійкість урбаністичної системи до глобальних змін.

Практичний поворот, артикульований Н. Колдрі, пропонує дивитися на медіа кризь призму повсякденних дій, де вони постають елементами людської агенції [17]. Таке бачення особливо продуктивне в цифровізованому місті, де інтеркультурна взаємодія набуває форму послідовних мікрорежимів участі, захоплених алгоритмами, але вмонтованих у живий соціальний досвід. Повсякденна навігація між платформами, мовами та символічними кодами творить тканину міського буття, у якій технічна компетентність зливається з культурною чутливістю. Однак глобальне опитування демонструє, що 73 % респондентів сприймають брак стандартизованих протоколів як головний бар'єр розвитку «розумного» міста, особливо в Латинській Америці (81 %) та Північній Америці (92 %) [3, р. 21]. Це свідчить, що навіть еволюційні трансформації управління залишаються вразливими до технічного дисонансу, який руйнує крихку довіру громад до цифрових сервісів.

Лише 17 % муніципалітетів декларують легкість забезпечення сумісності систем, і найбільші труднощі зафіксовано в північноамериканських мегаполісах, де 77 % адміністрацій визнають нестачу узгоджених стандартів [3, р. 21]. Наявність формальних регламентів тому ще не гарантує реальної здатності платформ спілкуватися, обмінюватися даними та підтримувати багатомовні інтерфейси. Для мультикультурної спільноти

такий дефіцит означає стагнацію інтеграційних каналів, бо інформаційні потоки стають сегментованими, а культурні наративи – невидимими. Алгоритмічна селекція контенту, що базується на неповних даних, здатна підсилювати кластери упереджень і маргіналізувати голоси, які не вписуються у домінуючі коди. Отже, проблема технічної сумісності переходить у площину моральної та відповідальності за репрезентацію різноманітності.

Міські мікропрактики, як-от пошук маршруту через застосунок або позначення зайнятого паркомісця в краудсорсинговій карті, акумулюють нові форми капіталу: технічну грамотність, алгоритмічну довіру та здатність до кросплатформної взаємодії. Ці ресурси розподіляються нерівномірно, через що цифровий капітал стає підґрунтям нової соціальної стратифікації, де доступ до інтерфейсів визначає участь у спільному просторі. У такій картині інтеркультурна комунікація перетворюється на практику взаємного перекладу, що компенсує технічні розриви символічною солідарністю. Проте ефект перекладу потребує підтримки інклюзивними алгоритмами, які пом'якшують мовні бар'єри, визнають поліфонію культур і не редукують різноманіття до одновимірної матриці споживання. Такі інструменти, як соціальні мережі, веб-аналітика, опитування та мобільні додатки, дозволяють у реальному часі відстежувати запити, уподобання та зміни в поведінці мешканців. Це дає змогу брендам адаптувати свої маркетингові стратегії, персоналізувати контент і точніше позиціонувати себе в урбаністичному просторі [18, р. 34], та сприяти проявам мультикультурного дискурсу в них, що буде на користь стійкості міст, і самим брендам. Швидкий розвиток глобальної економіки на тлі активного впровадження інноваційних технологій спричинив бум стартапів – гнучких бізнес-моделей, що виводять на ринок продукти, орієнтовані на актуальні запити користувачів [19]. Для держави має сенс підтримувати ті стартапи, які сприяють національній стійкості, зокрема за рахунок інтеграції інклюзивності. Водночас, важлива увага не лише до фірм, громадських організацій тощо, але і до медіареалізації ідей інклюзії в повсякденному дискурсі за рахунок соціальних мереж та медіа. Саме у звичних діях і взаємодіях люди формують власні світи, цінності й культуру, водночас стикаючись з викликами, що їх породжують цифрові технології [20]. Необхідно пам'ятати, що інформаційно-комунікаційні системи не лише обслуговують потреби суспільства, а й переозначають соціальні ролі, змінюють структуру комунікації та впливають на ідентичності. Лише тоді цифрове місто здатне перетворити мультикультурність з декоративного бренду на дійсно інтегративний ресурс, що забезпечує стійкість урбаністичної системи перед викликами глобальної текучості.

Висновки. Цифрове місто формується як динамічний ландшафт, де код переплітається з матеріальною інфраструктурою. Міжкультурна комунікація визначає ступінь соціальної інтеграції й конкурентну привабливість урбаністичної економіки. Стандарти ISO, ITU та відкриті дані необхідні, але потребують контекстної адаптації. Алгоритмічне управління привносить нову форму влади, що вимагає етичного аудиту й партисипативного контролю. Нерівномірний цифровий капітал стає основою нової стратифікації, поглиблюючи глобальні асиметрії. Інтеркультурний діалог послаблює ці дисбаланси, перетворюючи різноманіття на ресурс інновацій. Поеднання критичної теорії й соціального маркетингу створює методологію для гнучкого управління міськими мережами. Ефективна політика потребує інтеграції відкритих даних, інклюзивних алгоритмів і гуманітарного бачення міста.

Література

1. Bauman Z. *Liquid Modernity*. Cambridge : Polity Press, 2000. 228 p.
2. Набок М. М., Зайцева С. С. Національна стійкість в духовному просторі міжкультурного діалогу. *Ensuring Standards of Quality of Life in a Turbulent World: Monograph*. Opole, Poland, 2022. С. 53–63.
3. UN Habitat. *World smart cities outlook 2024*. United Nations Human Settlements Programme, 2024. URL: https://unhabitat.org/sites/default/files/2024/12/un_smart_city_outlook.pdf.
4. World Bank. *Global smart city partnership program – Phase 2 completion report*. – World Bank Group, 2023. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/52cdd3c812c7796a9b3179fed4b84fba-0090012023/original/Global-Smart-City-Partnership-Program-Phase-2-Completion-Report.pdf>.
5. Шкурів Є. В. Місто в процесах розбудови і соціальних змін у західній соціології другої половини ХХ століття. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2024. № 4(64). С. 68–76. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.4\(64\).322698](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.4(64).322698).
6. Bennett M. J. Intercultural communication: A current perspective. *Basic concepts of intercultural communication: Selected readings* / Ed. by M. J. Bennett. Intercultural Press, 1998. P. 1–34.
7. Stier J. Intercultural communication and intercultural competence in higher education. *Intercultural Education*. 2006. Vol. 17. No. 1. P. 63–74.
8. Ilie O.-A. The intercultural competence. *Developing effective intercultural communication skills. Knowledge-Based Organization*. 2019. Vol. 25, No. 2. P. 264–268. <https://doi.org/10.2478/kbo-2019-0092>.
9. Collier M. J. Intercultural communication competence: Continuing challenges and critical directions. *International Journal of Intercultural Relations*. 2015. Vol. 48. P. 9–11. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2015.03.003>.
10. Пономаренко І. В., Ягельська К. Ю. Кон-тент-маркетинг у цифровому брендингу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 15. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-15-04-01>.
11. Hurova I. V., Shkurov Y. V. Man in digitized urban socio-cultural space. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*. 2023. № 24. С. 75–87. <https://doi.org/10.15802/ampr.v0i24.295321>.
12. Turchyn I., Zaitseva S., Rudenko N., Saienko V., Kuzemko N., Denefil O. Using Distance Learning Models as Opportunities for Blended Learning for Foreigners. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*. 2023. Vol. 15, No. 4. P. 178–191. <https://doi.org/10.18662/rrem/15.4/787>.
13. Северинчик О. П. Інформація в сучасній системі управління. *Сучасні проблеми управління: діалектика централізації та децентралізації*: матер. VIII міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 10 груд. 2015 р.). Київ, 2015. С. 75–77.
14. Северинчик О. П. Роль інформаційних технологій в умовах гібридних конфліктів. *Трансформація українського суспільства в цифрову еру*: мат. II всеукр. наук.-практ. конф. (Одеса, 23 берез. 2023 р.). Одеса, 2023. С. 105–107.
15. Hjarvard S. *The mediatization of culture and society*. – London : Routledge, 2013.
16. International Telecommunication Union (ITU). *Enabling digital transformation in smart sustainable cities – Master plan*. ITU-T Study Group 20, 2023. URL: https://www.itu.int/en/publications/Documents/tsb/2023-Master-plan-Enabling-digital-transformation-smart-cities/files/downloads/23-00351_Master-plan-Enabling-digital-transformation-smart-cities.pdf.
17. Couldry N. *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge : Polity Press, 2012.
18. Yahelska K., Vasylyshyna L., Shkurov Y. Development of information and communication technologies of the consumer behavior research in the process of brand management. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2023. Vol. 3 (13(123)). P. 34–41. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.279615>.
19. Пономаренко І., Лубковський С., Бондаренко О. Фінансове планування та маркетингове просування соціально-відповідальних стартапів. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-84>.
20. Silverstone R. *Media, technology and everyday life in Europe*. London : Routledge, 2005. 256 p.

Анотація

Пономаренко І. В., Зайцева С. С., Северинчик О. П. *Комунікації та соціальна інтеграція в інформаційно-комунікаційних процесах мультикультурного суспільного життя цифровізованого міста.* – Стаття.

Стаття аналізує, як цифрові сервіси перебудовують комунікаційні контури сучасного міста. Цифрове місто постає як складна мережа матеріального й символічного, де простір набуває багатшарового значення. Цифровий капітал у цифровізованому місті стає новим фактором стратифікації. Інтеркультурна комунікація стає визначальним чинником соціальної інтеграції. Вона перетворює різноманіття з виклику на ресурс урбаністичної інновації. Умовою цього є рівний доступ

до інформаційних інфраструктур і здатність до взаємного перекладу культурних кодів. Стійкість цифрового міста залежить від гнучкості та адаптивності його комунікацій. Вона має не лише адаптуватися до глобальних викликів, а й продукувати нові моделі співбуття, що зберігають соціальну тканину в умовах технократичного тиску та культурної фрагментації.

Ключові слова: місто, розумне місто, Smart City, диджиталізація, модерн, культура, комунікації, маніпуляції, вплив, конфлікти, маркетинг, цифровий маркетинг, бренд, соціальні мережі, електронне врядування, міжкультурна комунікація.

Summary

Ponomarenko I. V., Zaitseva S. S., Severynchuk O. P. Communications and social integration in the information and communication processes of multicultural urban life in the digitalised city. – Article.

This article examines the ways in which digital services restructure the communicative contours of the

contemporary city. The digital city is conceptualised as a complex network of material and symbolic layers, where space acquires multidimensional meanings. Within this framework, digital capital emerges as a new axis of social stratification. Intercultural communication becomes a crucial factor of social integration, transforming diversity from a challenge into a resource for urban innovation. Such transformation requires equitable access to informational infrastructures and the capacity for mutual translation of cultural codes. The resilience of the digital city depends on the flexibility and adaptability of its communicative systems. It must not only respond to global challenges but also generate novel modes of coexistence that preserve social cohesion in contexts of technocratic pressure and cultural fragmentation.

Key words: city, smart city, digitalisation, modernity, culture, communications, manipulation, influence, conflicts, marketing, digital marketing, brand, social media, e-governance, intercultural communication.