УДК 340.134:316.77:004.8
DOI https://doi.org/10.37687/2413-6433.2025-1.13

Котерлін І. Б.,
старша викладачка кафедри суспільних наук
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
ORCID: 0000-0002-2010-585X

СОЦІОЛОГІЧНА ІНФОРМАЦІЯ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ І ПРАВОВІ ОРІЄНТИРИ ЗАСТОСУВАННЯ ШІ

SOCIOLOGICAL INFORMATION IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: ETHICAL CHALLENGES AND LEGAL GUIDELINES FOR THE APPLICATION OF AI

У статті проаналізовано особливості функціонування соціологічної інформації в цифровому середовищі з акцентом на етичні ризики та потребу правового врегулювання її збору, обробки та поширення. Авторка досліджує трансформацію ролі соціологічних досліджень: від інструменту фіксації суспільних настроїв до чинника, що безпосередньо впливає на формування колективної свідомості. Особливу увагу приділено проблемі алгоритмічної упередженості, яка виникає при застосуванні систем штучного інтелекту для аналітики соціальних мереж, прогнозування поведінки аудиторій та формування інформаційної стрічки користувача. У роботі поставлено питання етичної відповідальності дослідників за наслідки використання соціологічної інформації, а також необхідності встановлення прозорих стандартів методології, джерел фінансування досліджень і розкриття замовників. Розглядається наукова дискусія щодо нейтральності алгоритмів та їх здатності відтворювати соціальні, економічні або політичні перекоси. Авторка обґрунтовує потребу оновлення чинного законодавства, зокрема Закону України «Про рекламу», Виборчого кодексу України, Закону «Про захист від недобросовісної конкуренції» та Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність». Зроблено акцент на ролі етичної експертизи алгоритмічних систем і відповідальності дослідників за достовірність соціологічної інформації. У роботі застосовано міждисциплінарну рамку, що дозволяє осмислити соціологічну інформацію як об'єкт не лише наукового, а й правового та етичного регулювання в умовах цифрових трансформацій.

Ключові слова: *інформаційне право, соціологічна інформація, цифрове середовище, алгоритмічна упередженість, етика досліджень, соціальні мережі, штучний інтелект, правове регулювання, маніпуляція даними, наукова доброчесність, відповідальність за дезінформацію, персональні дані.*

The article analyzes the specific features of sociological data functioning in the digital environment, with a focus on ethical risks and the need for legal regulation of its collection, processing, and dissemination. The author examines the transformation of the role of sociological research – from a tool for recording public sentiment to a factor that directly influences the formation of collective consciousness. Particular attention is paid to the problem of algorithmic bias that arises when artificial intelligence systems are used for social media analytics, audience behavior prediction, and the construction of users' information feeds. The study raises the issue of researchers' ethical responsibility for the consequences of using sociological information, as well as the need to establish transparent standards for research methodology, funding disclosure, and client identification. The ongoing scientific debate on the neutrality of algorithms and their potential to reproduce social, economic, or political biases is also considered. The author substantiates the need to revise current legislation, in particular the Law of Ukraine «On Advertising», the Electoral Code of Ukraine, the Law «On Protection Against Unfair Competition», and the Law «On Scientific and Scientific-Technical Activities». Emphasis is placed on the role of ethical expertise in algorithmic systems and the responsibility of researchers for the accuracy and integrity of sociological data. The article applies an interdisciplinary framework that enables the interpretation of sociological information not only as a subject of scientific inquiry, but also as one requiring legal and ethical governance under conditions of digital transformation.

Key words: *information law, sociological data, digital environment, algorithmic bias, research ethics, social media, artificial intelligence, legal regulation, data manipulation, academic integrity, liability for misinformation, personal data.*

Постановка проблеми. Соціологічні дослідження в сучасному суспільстві відіграють подвійну роль: вони є як засобом збору емпіричної інформації про соціальні процеси, так і потужним інструментом впливу на масову свідомість, політичні рішення та економічну поведінку. Вони забезпечують зворотний зв'язок між громадянами та владою, формуючи підґрунтя для прийняття рішень на основі суспільних очікувань. Однак відсутність належного правового регулю-

вання у сфері соціологічної діяльності створює ризики використання досліджень замість аналітичного, як маніпулятивний інструмент.

У цифрову епоху ці ризики лише зростають. Соціальні мережі значно посилюють вплив соціологічної інформації на громадську думку, роблячи її вразливою до алгоритмічного спрямування, фрагментації та підтасовування. Використання недостовірних або сфальсифікованих даних у публічному просторі, зокрема під час виборчих кампаній, здатне вводити виборців в оману, знижувати довіру до інститутів влади та викривлювати демократичні процеси. Аналогічна проблема виникає у сфері маркетингових досліджень, коли підроблені або тенденційні результати впливають на вибір споживача, формуючи хибну уяву про якість товарів і послуг, що фактично суперечить принципам добросовісної конкуренції.

Соціологічна інформація – це не лише абстрактна статистика. Узагальнені цифри соціологічних досліджень репрезентують конкретних людей з їхніми переконаннями, досвідом та емоціями. Персоніфікація суспільних оцінок дозволяє глибше зрозуміти соціальні настрої, однак водночас підвищує ризики порушення конфіденційності і потребує ретельного дотримання норм захисту персональних даних.

Особливої актуальності набувають ці правові виміри в умовах активного впровадження алгоритмічних систем і технологій штучного інтелекту, які використовуються для збору, аналізу й автоматизованого поширення соціологічної інформації. Незважаючи на свою ефективність, такі інструменти здатні породжувати алгоритмічну упередженість, формувати інформаційні бульбашки, створювати непрозорі критерії добору даних та підвищувати ризик повторної ідентифікації респондентів. Усе це ставить під сумнів не лише етичну обґрунтованість відповідних практик, а й їхню правову допустимість.

З огляду на вищеназвані тенденції, виникає потреба у формулюванні та впровадженні чітких етичних стандартів і правових механізмів регулювання використання соціологічної інформації в умовах цифровізації. Це включає як оновлення законодавчої бази, так і встановлення механізмів професійної відповідальності, прозорості досліджень та наукової доброчесності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуване питання є міждисциплінарним і поєднує підходи з соціології, політології, науки про безпеку, а також галузей права – інформаційного, конституційного, адміністративного, цивільного; окремі аспекти можуть бути осмислені також у межах соціології права, зокрема щодо впливу соціологічної інформації на правові процеси в суспільстві. Воно є особливо актуальним в умовах соціальних змін і стрімкого розвитку інформаційних технологій, що суттєво трансформують механізми комунікації між громадянами і владою та впливають на процеси формування громадської думки.

Одними з перших, хто звернув увагу на інформаційні впливи при реалізації демократії, були дослідники, які аналізували роль мас-медіа в політичних процесах. Вони відзначали, що демократичні процеси можуть бути значною мірою обумовлені інформаційними потоками, через які формується громадська думка, визначаються пріоритети політичних діячів і громадян, а також здійснюється контроль за державними інституціями. Зокрема, у концепції системної теорії Лумана підкреслюється важливість комунікації як основного елементу соціальної системи, з її впливами на політичні структури та суспільні відносини і роль мас-медіа на формування громадської думки та провадження політичних процесів. Найбільш відома його цитата, яка розкриває сутність медіа-суспільства, звучить так: «Те, що ми знаємо про наше суспільство, і навіть про світ, в якому ми живемо, ми знаємо з мас-медіа» [1, 6]. У такому контексті навіть дані соціологічних опитувань, які набувають публічного розголосу, стають не просто статистикою, а соціальним фактом, що активно впливає на суспільну реальність. Саме тому юридичні механізми, які визначають межі відповідальності та прозорості в поширенні такої інформації, мають ключове значення для підтримки демократичних інститутів та інформованого громадянського вибору.

Попри наявність окремих досліджень, присвячених правовим, комунікаційним та соціологічним аспектам використання соціологічних даних зокрема у працях Богдан О. [2], Довганя О. [3], Додонова Д. [4], Жванія Т. [5],Золотаря О. [6], Почепцова Г. [7], Поліщук І. [8], Фурашева В. [9] та ін.), системний підхід до аналізу її правового регулювання в умовах цифровізації досі залишається фрагментарним. Особливої уваги потребують питання нормативного врегулювання соціологічної діяльності в умовах цифрових трансформацій – зокрема під час виборчих кампаній, у сфері захисту персональних даних респондентів, а також щодо впливу поширюваної інформації на інформаційну безпеку особи, держави й суспільства загалом. Цю потребу в нормативній деталізації визнають і в українському науковому середовищі. Так, наприклад, О.О. Золотар, який зазначає, що оприлюднення рейтингів та результатів соціологічних досліджень має значний вплив на формування волі виборців і їх виборчі рішення. У зв'язку з цим, науковець наголошує на необхідності встановлення чітких правил публікації результатів опитувань та відповідальності за поширення недостовірних даних, аби забезпечити умови для вільного і чесного волевиявлення громадян [6].

Актуальність правового регулювання збору та використання соціологічних даних особливо зростає в умовах кризових ситуацій, коли такі дані можуть використовуватись як інструмент

для прийняття оперативних рішень. У цьому контексті заслуговують на увагу міжнародні підходи до правових та етичних міркувань щодо збору та обробки даних. Зокрема, Каролін Гілга та співавтори аналізують юридичні й етичні аспекти збору даних на основі запиту та застосування алгоритмів штучного інтелекту у відповідь на стихійні лиха, зокрема повені, підкреслюючи потребу в правових гарантіях захисту конфіденційності та прозорості обробки даних [10]. У свою чергу Кетрін Істон наголошує на необхідності попередньої оцінки впливу на конфіденційність (privacy impact assessment) у процесі впровадження цифрових рішень для кризового управління, що також актуалізує питання правового забезпечення інформаційної безпеки в надзвичайних умовах [11].

Подібні дослідження демонструють, що навіть у випадках суспільної необхідності використання агрегованих соціологічних або поведінкових даних має бути врегульовано чіткими нормативними процедурами, які забезпечують баланс між публічним інтересом та правами окремої особи на конфіденційність. Це особливо важливо в умовах активного використання даних із соціальних мереж та платформ, де межа між суспільним і приватним дедалі частіше стирається.

Відповідно, метою дослідження є виявлення правових прогалин та етичних ризиків, пов'язаних з обробкою, поширенням і використанням соціологічної інформації в цифровому середовищі, зокрема при застосуванні алгоритмічних систем, а також обґрунтування необхідності оновлення нормативно-правових підходів із врахуванням викликів цифрової епохи.

Виклад основного матеріалу. Роль соціуму як бази соціологічних даних є подвійною та водночас амбівалентною. З одного боку, саме суспільство постачає вихідну інформацію для соціологічного аналізу: його представники формують відповіді на запитання, висловлюють оцінки, діляться своїм баченням та емоційними реакціями. У цьому сенсі соціум виступає джерелом, що формує масив даних. З іншого боку, після обробки й оприлюднення результати соціологічних опитувань або аналітичних узагальнень, зокрема в соціальних мережах, починають зворотно впливати на суспільство, трансформуючи думки, настрої й навіть поведінкові моделі. Це породжує феномен соціологічної рефлексії в цифровому середовищі: споживачі даних одночасно є їхніми продуцентами, і цей взаємний вплив постійно самовідтворюється. Таким чином соціологічна інформація, базована на даних із соціальних мереж не лише описує реальність, а й активно її формує, і це потребує особливого правового врегулювання, етичних стандартів і механізмів верифікації, аби запобігти маніпуляціям громадською думкою.

Аналітика настроїв, проведена на основі публікацій, коментарів чи реакцій у Facebook, Instagram, Twitter (X) або TikTok, не лише дозволяє сформувати уявлення про суспільну думку, але й стає інструментом її спрямування. Наприклад, публікація «рейтингу довіри до політиків» або «індексу громадського несприйняття певної теми» у стрічці новин або блогерських матеріалах впливає на користувачів, створюючи у них відчуття норми або тренду. Це може не лише стимулювати наслідування більшості (так званий ефект «соціального доказу», за якого індивід схильний орієнтуватися на поведінку інших як на ознаку правильності дій чи переконань [12]), а й формувати замкнені інформаційні середовища, ізолювати користувача в середовищі однодумців, де формується відчуття інформаційної замкненості або навіть перебування в цифровому гетто з обмеженим доступом до альтернативних думок.

Таке використання інформаційних потоків стало можливим саме завдяки алгоритмічним системам, що покладені в основу цифрових платформ. Вони визначають, які саме дані побачить користувач, у якій послідовності та в якому контексті, і таким чином виконують не лише технічну, але й соціально значущу функцію.

У науковій літературі активно дискутується так звана теза нейтральності алгоритмів, де алгоритми, як математичні конструкції, нібито є позбавленими ціннісних орієнтацій і нездатні бути упередженими. Однак значна кількість сучасних досліджень у галузі філософії технологій та проєктування спростовують цей підхід. Автори вказують, що алгоритми не лише опосередковано-нейтральні у процесі прийняття рішень, але й втілюють певні соціальні, політичні та економічні цінності або завдання через структуру даних, дизайн та спосіб застосування [13, 14]. Зокрема, алгоритмічні системи можуть формувати нерівність, закріплювати існуючі соціальні упередження та репресивні практики, навіть якщо на рівні коду відсутні явні ознаки дискримінації [15, 16]. Ще у 1986 році Ленґдон Віннер зазначав, що технологічні артефакти можуть мати політичну вагу, навіть якщо вони здаються технічно нейтральними [17], де під технологічним артефактом розуміється будь-який об'єкт, створений людиною внаслідок технологічної діяльності. Це може бути як матеріальний об'єкт (наприклад, смартфон, алгоритм, машина), так і нематеріальний (програмне забезпечення, цифрова платформа, навіть технічний стандарт).

Ці твердження є особливо релевантними у контексті цифрової комунікації, де алгоритмічні системи соціальних мереж і пошукових платформ визначають, які соціологічні дані побачить аудиторія, у якому контексті і з якою інтерпретацією. Це вимагає посиленого нормативного нагляду, щоб запобігти алгоритмічній дискримінації та гарантувати інформаційну безпеку особи й суспільства загалом. Такі упередже-

ності можуть підсилювати хибні уявлення про результати соціологічних опитувань або надавати перевагу окремим інтерпретаціям у залежності від попередніх запитів користувача, його поведінки чи профілю. Наприклад, дослідження Зейнел Туфекчі показує, як алгоритми Facebook під час політичних кампаній формують так звані інформаційні бульбашки, де користувачі отримують лише підтвердження своїх попередніх переконань, а не повну й об'єктивну картину суспільних настроїв [18].

Щоб запобігти маніпулюванню суспільною думкою через алгоритмічну упередженість у соціологічних дослідженнях необхідно розробити та імплементувати правові норми в кількох ключових напрямах. Зокрема, важливо встановити вимоги до прозорості алгоритмів, що використовуються для збору та аналізу соціологічних даних. Це включає зобов'язання дослідницьких компаній публікувати методику збору та обробки даних, проводити незалежну перевірку алгоритмів на предмет упередженості та маніпулятивності, створювати стандарти відкритих даних, які дозволяють зовнішній аудит цифрових систем.

Впровадження таких вимог має стати частиною оновлення українського законодавства передусім у сферах захисту персональних даних, наукової етики, регулювання рекламної діяльності та протидії недобросовісній конкуренції. Це забезпечить належний баланс між інноваційністю соціологічних методів і гарантуванням інформаційної безпеки особи, суспільства та держави в умовах цифрової доби.

Важливу основу для такого оновлення може становити вже існуюча етична нормативна база у сфері наукової діяльності. Так, Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» (№ 848-VIII від 26.11.2015) хоч і не містить спеціальних положень щодо етичних стандартів використання штучного інтелекту (ШІ) у соціологічних дослідженнях, проте встановлює загальні етичні засади, обов'язкові для всіх сфер наукової діяльності. Зокрема, стаття 15 цього закону передбачає, що наукові працівники зобов'язані дотримуватись принципів чесності, об'єктивності, неупередженості, відкритості, відповідальності, поваги до прав інтелектуальної власності, а також до прав і гідності людини [19].

У контексті використання соціологічної інформації, зокрема з застосуванням алгоритмів та систем ШІ, ці загальні принципи етики набувають особливої актуальності. Однак для ефективного регулювання та забезпечення етичного використання ШІ в соціологічних дослідженнях доцільно внести відповідні зміни до законодавства. Пропонується доповнити статтю 15 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» положенням такого змісту: «Наукові працівники зобов'язані дотримуватись норм наукової етики, які включають повагу до прав і гідності людини, об'єктивність, відповідальність, відкритість і прозорість методології дослідження. При зборі, агрегуванні та алгоритмічній обробці даних науковець має забезпечувати етичну оцінку джерел і методів їх використання. Використання непрозорих моделей або автоматизованих систем, що можуть впливати на формування громадської думки, без проведення відповідної етичної й правової експертизи вважається порушенням засадничих принципів академічної доброчесності».

З огляду на зростання ролі соціологічної інформації не лише у сфері публічного управління, а й у маркетингу, рекламі та бізнес-комунікаціях, доцільним є розширення кола нормативних актів, які повинні містити положення щодо достовірності та прозорості соціологічних досліджень. Зокрема, у Законі України «Про захист від недобросовісної конкуренції» варто передбачити окрему норму, що визнає як форму недобросовісної конкуренції публікацію або використання сфальсифікованих соціологічних/маркетингових результатів, а також використання алгоритмічних технологій (зокрема ШІ) для маніпулятивного впливу на споживача.

Крім того, у Законі України «Про рекламу» та у Виборчому кодексі України доцільно закріпити обов'язок публічного розкриття інформації про замовника дослідження, методику його проведення, фінансування та джерела збору даних як необхідний елемент відкритості та гарантію протидії маніпуляціям.

Висновки і пропозиції. Усе зазначене вище свідчить про те, що сучасне соціологічне знання перестає бути лише інструментом наукового аналізу, – воно дедалі більше перетворюється на дієвий чинник формування суспільної реальності. У поєднанні з алгоритмічними системами та інструментами штучного інтелекту соціологічна інформація набуває потенціалу впливу на колективну свідомість, ринкову поведінку, політичні рішення. У цьому зв'язку постає нагальна потреба переосмислення ролі права у сфері регулювання обробки, поширення та використання соціологічних даних: від питань прозорості, достовірності та етичності методів дослідження – до запобігання недобросовісній конкуренції, алгоритмічній упередженості та маніпуляціям громадською думкою. Тож соціологічна діяльність має бути предметом не лише професійного саморегулювання, а й чітко визначених правових стандартів, що відповідають викликам цифрової епохи.

Особливу загрозу становить поєднання соціологічної аналітики з алгоритмічними системами обробки даних, які, діючи за непрозорими правилами, здатні не лише відображати, а й моделювати громадську думку, закріплюючи упередження або створюючи викривлені уявлення про соціальну реальність. У такому контексті критично важливим є оновлення підходів до правового регулювання обігу соціологічної

інформації. Йдеться як про визначення етичних стандартів для роботи з агрегованими даними та алгоритмами, так і про закріплення правових механізмів, які унеможливлюють маніпулятивне використання соціології в політичних, комерційних чи інформаційних цілях. Застосування систем штучного інтелекту у сфері соціологічного аналізу має супроводжуватись механізмами незалежного аудиту алгоритмів, зобов'язанням розкривати методику збору даних, а також гарантуванням дотримання принципів наукової етики.

Список використаних джерел:

1. Luhmann N. The reality of the mass media. Stanford University Press, 2000. URL: https://doi.org/10.1515/9781503619227 (дата звернення: 07.04.2025).

2. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження. Київ: Дух і Літера, 2015. 380 с.

3. Довгань О.Д. Сучасні інформаційні структури як компоненти інформаційної безпеки. Інформація і право. 2015. № 2. С. 111-120.

4. Додонов Д.Р. Раціоналізація політичної поведінки в контексті формування демократичного суспільства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: 23.00.03.Київ, 2019. 20 с.

5. Жванія Т.В. Електоральна поведінка: теоретичні підходи до вивчення. Сучасне суспільство. 2014. Вип. 1. С. 39-49

6. Золотар, О. Соціологічні дослідження у виборчому процесі як чинник інформаційної безпеки. Інформація і право. 2019. № 4:с. 91-97.

7. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Харків: Фоліо, 2018. 800 с.

8. Поліщук І.О. Політико-правова ментальність українства: концептуально-методологічнізасади дослідження. Вісник Національного університету "Юридична академія України іменіЯрослава Мудрого". Серія: Політологія. Харків, 2016. № 2. С. 28-36.

9. Фурашев В.М., Самчинська О.А. Маніпуляції свідомістю людини як основний спосіб ведення передвиборчих кампаній. Інформація і право. № 3(30)/2019. С. 119-125.

10. Gilga C., et al. Legal and ethical considerations for demand-driven data collection and AI-based analysis in flood response .International Journal of Disaster Risk Reduction. 2025. Article 105441. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2025.105441 (дата звернення: 05.04.2025).

11. Easton C. Analysing the role of privacy impact assessments in technological development for crisis management // Journal of Contingencies and Crisis Management. 2016. Т. 25, № 1. С. 7–14. DOI: https://doi.org/10.1111/1468-5973.12140 (дата звернення: 05.04.2025).

12. Cialdini R. Influence: The Psychology of Persuasion. New York: Harper Business. 1984. 336 p.

13. Friedman B., Hendry D. G. Value Sensitive Design: Shaping Technology with Moral Imagination. Cambridge, MA: MIT Press, 2019. 296 p.

14. Selbst A. D., Boyd D., Friedler S. A. та ін. Fairness and abstraction in sociotechnical systems. Proceedings of the Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. Atlanta, GA, 2019. P. 59–68.

15. Castro C. What's wrong with machine bias. Ergo, an open access journal of philosophy. 2019. Т. 6, № 20201214. URL: https://doi.org/10.3998/ergo.12405314.0006.015 (дата звернення: 27.04.2025).

16. O'Neil C. Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy. New York: Crown Publishing Group, 2016. 259 p.

17. Winner L. Do artifacts have politics? Daedalus. 1980. Vol. 109 (1). P. 148–164.

18. Tufekci Z. Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. Colorado Technology Law Journal. 2015. № 13. С. 203–218

19. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26 листопада 2015 р. № 848-VIII // Відомості Верховної Ради України. 2016. № 3. Ст. 25. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text (дата звернення: 11.04.2025).