

УДК 330.46:004.738.5

*М. І. Дзямulich,**к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки, Луцький національний технічний університет**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3714-5062>**Ю. Ю. Рейкін,**аспірант кафедри економіки, Луцький національний технічний університет**ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-0988-7990>*

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.10.93

ЦИФРОВІ СОЦІАЛЬНІ ПЛАТФОРМИ ЯК МЕХАНІЗМ ПСИХОЕМОЦІЙНОЇ РЕГУЛЯЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ У КОГНІТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ

M. Dziamulych,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Economics, Lutsk National Technical University

Yu. Reikin,

PhD Student of the Department of Economics, Lutsk National Technical University

DIGITAL SOCIAL PLATFORMS AS A MECHANISM FOR PSYCHO-EMOTIONAL REGULATION
OF MANAGEMENT PROCESSES IN THE COGNITIVE ECONOMY

У статті здійснено теоретико-методологічну інтерпретацію цифрових соціальних платформ як системних конструктів психоемоційної регуляції в структурі управлінських процесів когнітивно орієнтованої економіки. Розглянуто природу функціональної гібридності даних платформ, що полягає у здатності трансльованих цифрових інтерфейсів забезпечувати інформаційно-комунікаційний обмін та формувати афективно-когнітивні поля впливу на поведінкову архітектуру управлінських рішень. Досліджено концепти емоційного капіталу, соціального резонансу та цифрової когнітивної інфраструктури, що інтегруються в управлінську матрицю через механізми адаптивної емоційної стимуляції, глибокої персоніфікації та цифрової когерентності середовища взаємодії. Визначено, що цифрові платформи виступають каналами інституціоналізації афективних реакцій, моделюючи регулятивні стани управлінських суб'єктів на основі алгоритмічної емоційної інженерії. Обґрунтовано, що в умовах когнітивної економіки цифрові соціальні системи трансформуються в інструменти латентного впливу на управлінську динаміку, конструюючи стійкі психоемоційні контури, які й визначають соціоекономічну адаптивність організацій до викликів цифрової турбулентності.

The aim of the article is to conceptualize digital social platforms as a mechanism for psycho-emotional regulation of management processes in the context of cognitive economics and to substantiate their role in the transformation of behavioral paradigms of managerial decision-making under the influence of affective-digital stimuli. The methodological basis of the study is a synergistic approach that combines the tools of cognitive economics, behavioral sciences, and digital sociology. The methods of system analysis, semantic modeling, structural-functional decomposition, and

conceptual reflection are used to identify the psycho-emotional effects of digital platforms in the field of management. The article provides a theoretical and methodological interpretation of digital social platforms as systemic constructs of psycho-emotional regulation in the structure of management processes of a cognitively oriented economy. The nature of the functional hybridity of these platforms is considered, which consists in the ability of broadcast digital interfaces to provide information and communication exchange and form affective-cognitive fields of influence on the behavioral architecture of management decisions. The concepts of emotional capital, social resonance and digital cognitive infrastructure are studied, which are integrated into the management matrix through mechanisms of adaptive emotional stimulation, deep personification and digital coherence of the interaction environment. It is determined that digital platforms act as channels for the institutionalization of affective reactions, modeling the regulatory states of management subjects based on algorithmic emotional engineering. The need to introduce the principles of social economics and management psychology into the activities of enterprises is highlighted. It is substantiated that in the conditions of the cognitive economy, digital social systems are transformed into tools of latent influence on managerial dynamics, constructing stable psycho-emotional contours, which determine the socio-economic adaptability of organizations to the challenges of digital turbulence.

Ключові слова: цифрові платформи, психоемоційна регуляція, когнітивна економіка, управлінська поведінка, афективний вплив, цифрова комунікація, соціальне моделювання.

Key words: digital platforms, psycho-emotional regulation, cognitive economics, managerial behavior, affective influence, digital communication, social modeling.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Становлення когнітивної економіки, що ґрунтується на домінуванні інформаційних чинників у створенні доданої вартості, супроводжується радикальною трансформацією управлінських контурів, в яких ключову роль починають відігравати психоемоційні змінні. В умовах глибокої цифровізації соціально-економічних процесів, що охоплює як формальні управлінські структури, так і неформальні комунікаційні мережі, цифрові соціальні платформи перетворюються із суто технічних інструментів на складні інститути емоційно-когнітивної взаємодії. Це обумовлює потребу у ґрунтовному науковому переосмисленні їхньої ролі як засобів не лише інформаційного обміну, а й психоемоційної регуляції управлінської діяльності.

Актуальність проблематики обумовлюється також відсутністю цілісної міждисциплінарної парадигми, яка б дозволяла пояснити механізми латентного впливу цифрового середовища на емоціогенез управлінських рішень. Традиційні економічні та управлінські моделі ігнорують афективну складову цифрової комунікації, що призводить до редукції факторів впливу на суб'єктів управління в динамічних умовах соціотехнологічних змін [6]. Відтак, психоемоційні реакції, які модулюються через алгоритмічні інтерфейси цифрових соціальних систем, залишаються поза сферою уваги більшості наукових підходів. Проблема ускладнюється також високим ступенем гетерогенності цифрових соціальних взаємодій, за яких управлінські суб'єкти стають об'єктами опосередкованого впливу соціально-конструйованих цифрових афектів, котрі не лише модифікують органі-

заційну поведінку, але й детермінують нові форми управлінської відповідальності. Проте наявний теоретичний інструментарій не здатен повною мірою пояснити природу таких трансформацій, що створює суттєвий розрив між когнітивно-емоційною динамікою цифрового середовища та класичними концептами управлінської ефективності.

Таким чином, зазначені проблеми визначають актуальність та необхідність формування нового науково-методологічного підходу до дослідження цифрових соціальних платформ як функціональних носіїв афективного резонансу для формування концептуально нових підходів психоемоційного управління в межах когнітивної економіки.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні дослідження проблематики психоемоційної регуляції управлінських процесів у цифровому середовищі характеризуються зростанням уваги до міждисциплінарного осмислення феномену цифрових соціальних платформ у контексті когнітивної економіки. Наукові підходи формують специфічний дискурс, що поєднує технологічну, економічну та психологічну проблематику у рамках інтегративного підходу до управлінських систем.

Зокрема, у роботі Л. Д. Водянки [1] обґрунтовано ідею про трансформацію психологічної безпеки персоналу в умовах цифрових перетворень. Авторка акцентує увагу на ролі цифрових інтерфейсів як чинників афективної дестабілізації та одночасно потенційних механізмів адаптаційного згладжування психоемоційної напруги в межах управлінського контексту. Методологічно важливою є теза про зсув фокусу від матеріаль-

них умов до нематеріальних психосоціальних параметрів цифрової взаємодії.

Натомість в дослідженні О. М. Розумного [2] увага зосереджується на економіко-функціональних аспектах цифровізації, зокрема інституціоналізації цифрових сервісів у господарських процесах. Хоча емоційна складова аналізу не є предметом прямого вивчення, проте автори закладають основу для розуміння цифрових платформ як елементів когнітивного середовища, що трансформує логіку управлінської поведінки.

Крім того, варто відзначити працю Ю. О. Чалюк [3], у якій репрезентовано спробу систематизації соціалізаційних імпульсів глобальної та національної економіки, висвітлюючи динаміку цифрово-соціальних інтеракцій. Запропонований авторкою концептуальний апарат дозволяє трактувати цифрові платформи як соціоекономічні модулі трансформації поведінкової ідентичності економічних агентів, що набуває особливого значення у сфері управління. У свою чергу Т. О. Шматковська [4; 8] приділяє увагу інформаційним та комунікаційним технологіям у моделюванні бізнес-процесів. Авторкою артикульовано важливість цифрових каналів комунікації у побудові адаптивних управлінських сценаріїв, що відкриває підґрунтя для розгляду платформ як афективно-організаційних конструктів.

Варто також звернути увагу на дослідження О. О. Яценко [5; 6], у яких особливе місце відведено впливу інформаційного шуму та кризової турбулентності на маркетингові стратегії. При цьому актуалізується поняття мінімалістичного маркетингу як інструменту упорядкування психоемоційного навантаження, що є релевантним для аналізу цифрових платформ як каналів когнітивної економії уваги в управлінських процесах.

Окремо варто відзначити працю А. Г. Розказова [7], у якій автор надав міждисциплінарну оцінку соціоекономічним наслідкам кризових подій, демонструючи зростання ролі цифрового простору як середовища агрегування колективних емоційних реакцій, що опосередковано впливає на управлінські рішення. Такий підхід значно підсилює ідею щодо інституалізації цифрового афекту в стратегічному управлінні.

Таким чином, аналіз наявних наукових напрацювань за даною проблематикою свідчить про існування фрагментарних, але взаємодоповнюючих підходів до вивчення цифрових соціальних платформ як чинників управлінських трансформацій. Проте бракує цілісної теоретико-методологічної моделі, яка б поєднала афективну, економічну й управлінську компоненти в єдину когнітивну парадигму цифрового управління.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є концептуалізація цифрових соціальних платформ як механізму психоемоційної регуляції управлінських процесів у контексті когнітивної економіки та обґрунтування їх ролі в трансформації поведінкових парадигм прийняття управлінських рішень під впливом афективно-цифрових стимулів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Цифрові соціальні платформи у контексті когнітивно орієнтованої економіки доцільно розглядати як сис-

темні конструкти, що поєднують у собі функції інформаційного трансферу та поведінкової модифікації управлінських суб'єктів. Їх теоретико-методологічна інтерпретація передбачає вихід за межі лінійних комунікаційних парадигм, фокусуючи увагу на здатності платформ формувати когнітивно-афективні контури впливу через інтерактивні моделі динамічної взаємодії. Управлінська система в умовах когнітивної економіки функціонує як складна мультиагентна мережа, де цифрові соціальні інтерфейси виступають ретрансляторами психоемоційних імпульсів, здатних формувати колективну поведінкову реальність [1]. Такі платформи генерують структуровані поля афективного резонансу, які через механізми нейросемантичної конвергенції впливають на внутрішню регуляцію управлінських рішень. Таким чином, цифрова платформа стає когнітивним агентом управлінської динаміки, що функціонує за принципами когерентної емоційної інженерії.

На методологічному рівні платформи, на наш погляд, слід трактувати як соціотехнічні структури з властивостями афективного модулювання, які інтегрують елементи соціального конструктивізму, поведінкової економіки, цифрової психології та управлінської синергетики. Їх функціональна роль полягає як у посередництві між управлінськими елементами, так і у створенні динамічного психоемоційного ландшафту, здатного до детермінації адаптивності та ефективності управлінських процесів у високотехнологічному середовищі [4].

Функціональна гібридність цифрових соціальних платформ проявляється у їхній здатності одночасно виконувати дихотомічні функції — бути каналами інформаційно-комунікаційного обміну та інструментами афективно-когнітивної модуляції управлінської поведінки. Така природа зумовлена їхньою архітектонікою, що інтегрує алгоритмізовані процеси трансляції даних із механізмами емоційного резонування, які активізуються у межах цифрово-медіаційного середовища.

Загалом зазначені платформи продукують багаторівневу мережеву реальність, у якій інформаційні потоки набувають семантично насиченого емоційного контексту, що активно вбудовується у прийняття управлінських рішень. При цьому специфіка цифрових інтерфейсів виходить за межі класичних функцій передачі повідомлень, трансформуючи їх у резонансні генератори когнітивної напруги та афективної динаміки [5]. В даному контексті, інформаційне споживання співвідноситься з внутрішньою психоемоційною реактивністю суб'єкта управління, який зазнає впливу не лише раціональних структур, але й прихованих емоційно-сміслових імпульсів. Тому управлінська поведінка в результаті такої взаємодії набуває латентної емоційної обумовленості, що ускладнює її прогнозування, але водночас створює умови для формування нових інституційних підходів щодо адаптації до цифрової турбулентності. Таким чином, функціональна гібридність цифрових платформ втілює метафізику комунікації як одночасно інформаційного та емоційного впливу.

Варто зазначити, що в контексті когнітивної економіки, яка характеризується високим ступенем емоційної залученості суб'єктів управління в цифрове середовище, актуалізується потреба в осмисленні новітніх концептів, які пояснюють динаміку

Таблиця 1. Матриця афективно-когнітивної інтеграції управлінських впливів у цифровому середовищі

Складова матриці	Функціональне призначення	Ключові характеристики
Адаптивна емоційна стимуляція	Ініціація керованих афективних станів управлінських суб'єктів	Нейродинамічність, гнучкість реакції, когнітивна вразливість
Глибинна персоніфікація	Індивідуалізація комунікативних алгоритмів з урахуванням емоційного профілю	Алгоритмічна емпатія, емоційне віддзеркалювання, семантична чутливість
Цифрова когерентність середовища	Забезпечення семантично узгодженого комунікативного простору	Інформаційна узгодженість, антидисонансна архітектоніка, інтерактивна стабільність
Афективна інтерфейсна навігація	Модулювання досвіду користувача на основі емоційної взаємодії	Сенсорна інтеграція, афективне прогнозування, UX-синхронізація
Когнітивно-семантичне трасування	Відстеження та аналіз змістових змін системи управління в емоційно забарвленому контенті	Смислова реконфігурація, афективний аналіз, динамічна контекстуалізація

Джерело: побудовано автором на основі [1; 8].

психоемоційної регуляції. До таких належать емоційний капітал, соціальний резонанс та цифрова когнітивна інфраструктура, котрі на практиці виступають базовими елементами інтеграції афективних чинників у стратегічну логіку управлінської взаємодії [7].

Емоційний капітал при цьому відображає акумуляцію позитивних афективних станів, які функціонують як нематеріальний ресурс організаційної стійкості та емоційної згуртованості. Соціальний резонанс розглядається як синхронізуючий механізм поширення емоційних імпульсів у цифрових мережах, здатний трансформувати управлінські реакції на основі когнітивно-афективного узгодження. А цифрова когнітивна інфраструктура є середови-

щем алгоритмізованого моделювання афективної поведінки та персоніфікованої комунікації. Усі три концепти зливаються в управлінську матрицю через адаптивну емоційну стимуляцію та когерентність цифрового середовища (табл. 1).

Запропонована матриця репрезентує системну конфігурацію, яка поєднує емоційно орієнтовані механізми стимуляції з когнітивно-модульованими способами управлінської взаємодії. Її складові функціонують як елементи складної нейросоціальної екосистеми, у якій управлінські суб'єкти перебувають під впливом інформаційних та афективно-сміслових детермінант. Така матриця забезпечує рефлексивну адаптацію поведінкових стратегій до динаміки цифрового середовища, активізуючи механізми внутрішньої афективної регуляції індивідуалізованого управлінського резонансу. У підсумку вона формує системну основу для побудови новітніх управлінських моделей, котрі ґрунтуються на багатоконпонентній когнітивно-емоційній синергії.

Зазначимо, що в сучасних умовах цифрові платформи дедалі частіше функціонують як середовища кодування і стандартизації афективних імпульсів, трансформуючи спонтанні емоційні реакції суб'єктів в інституціоналізовані моделі управлінської поведінки. Завдяки алгоритмізованим механізмам виявлення, обробки й трансляції емоційно насичених сигналів, такі платформи здійснюють системне моделювання регулятивних станів, що визначають когнітивну архітектоніку управлінських рішень [5].

Застосовуючи принципи емоційної інженерії, цифрові середовища продукують стандартизовані модулі афективної стимуляції, які активізують певні поведінкові реакції відповідно до заданої когнітивної рамки. В такому контексті платформа стає не лише носієм інформації, а й функціональним агентом емоційного модулювання, який структурує комунікативне поле згідно з логікою алгоритмічного афекту. Таким чином, відбувається інтеграція афективних змінних у процеси прийняття управлінських рішень через механізми цифрової соціалізації та інституціонального афективного конструювання (рис. 1).

Зазначимо, що сформована схема репрезентує складну архітектоніку процесуальної інтеграції афективних змінних у прийняття управлінських рішень крізь призму цифрової соціалізації та інституціонального афективного конструювання. Вона ілюструє багаторівневу динаміку транзиту емоційних імпульсів — від первинного цифрового афекту до алгоритмізо-

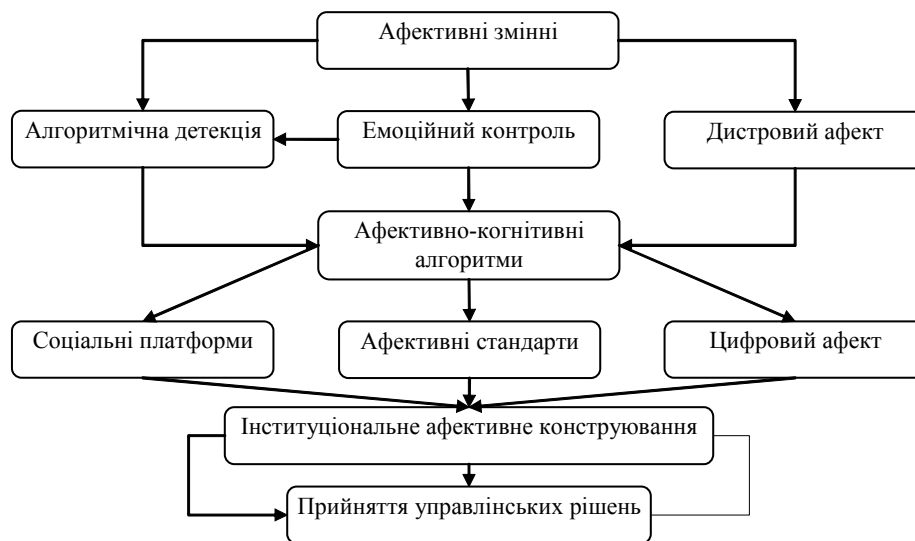


Рис. 1. Схема інтеграції афективних змінних у процеси прийняття управлінських рішень

Джерело: розроблено автором.

ваної когнітивної репрезентації в управлінських структурах. При цьому кожен блок виконує роль афективно-функціонального модуля, який структурно пов'язаний з іншими елементами через когерентні канали цифрової взаємодії. Така система формує замкнене коло емоційно-когнітивної обробки, де цифрові платформи виступають резонансними трансляторами психоемоційних імпульсів. Відповідно, схема візуалізує як алгоритм моделювання регулятивних станів, так і механізм їхньої інституціоналізації як поведінкових норм управлінського середовища.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Таким чином, приходимо до висновку, що наразі в парадигмі когнітивної економіки домінують інформаційні та емоційно-афективні фактори впливу. При цьому цифрові соціальні системи еволюціонують із засобів комунікації в інфраструктури латентного поведінкового програмування. Можна стверджувати, що з функціональної точки зору їхня трансформація обумовлюється здатністю до глибокого впливу на суб'єктно-рефлексивні рівні управлінського мислення через механізми алгоритмічної персоналізації та афективної резонансності.

В даному контексті цифрові платформи акумулюють та реплікують специфічні інформаційні сигнали та психоемоційні моделі, котрі формують так звані стійкі афективні контури — повторювані конфігурації емоційної взаємодії, інтегровані у структури прийняття рішень. В системі управління вони виступають регуляторами соціоекономічної адаптивності, оскільки забезпечують когнітивну конгруентність управлінських реакцій на зовнішню турбулентність, модулюючи внутрішню реактивність організації. В умовах посиленої цифрової чутливості, емоційно насичене середовище стає новим регуляторним простором управлінської взаємодії, де афект набуває статусу функціонального ресурсу стратегічного реагування. Цифрові соціальні системи, таким чином стають трансляторами соціального змісту та здійснюють реконфігурацію логіки управлінських рішень через імпліцитну когнітивно-афективну модифікацію.

Отже, цифрові соціальні системи конструюють багатовимірну психоемоційну матрицю, у якій управлінська динаміка формується не лінійно, а крізь призму складних цифрово-медіаційних впливів, що й забезпечує функціональну здатність організацій адаптуватися до умов високої інформаційної ентропії та непередбачуваності бізнес-середовища.

Література:

1. Водянка Л. Д., Стахова Н. П., Козак В. С. Психологічна безпека персоналу в епоху цифрових змін: виклики та можливості. *Фінансовий простір*. 2024. № 1—2 (53). С. 229—240.
2. Розумний О. М., Алієв Е. Ш. Цифровізація економічних процесів: стан та тенденції. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 4 (15). С. 65—72.

3. Чалюк Ю. О. Сучасні тренди соціалізації глобальної та національних економічних систем: монографія. Київ: 7BC, 2023. 384 с.

4. Шматковська Т. О., Коробчук Т. І. Сучасні інформаційні та комунікаційні технології в моделюванні бізнес-процесів. *Економічний форум*. 2023. № 3. С. 156—161.

5. Яценко О. О. Перспективи маркетингових стратегій в умовах кризи та наростання обсягів інформаційного шуму: інноваційні підходи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 3. С. 175—179.

6. Яценко О. О. Сучасні підходи до розробки стратегії мінімалістичного маркетингу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70.

7. Rozskazov A. G., Chaliuk Y. O., Anishchenko V. O., Smal I., Matviichuk O. Global socioeconomic implications of the Russia-Ukraine War. *Economy and Society*. 2022. Vol. 23.

8. Shmatkovska T., Volynets L., Dielini M., Magopets O., Kopchykova I., Kytaichuk T., Popova Yu. Strategic management of the enterprise using the system of strategic management accounting in conditions of sustainable development. *AD ALTA: Journal of interdisciplinary research*. 2022. Vol. 12 (2). Special Issue XXIX. Pp. 123—128.

References:

1. Vodianka, L. D., Stakhova, N. P. and Kozak, V. S. (2024), "Psychological safety of personnel in the era of digital changes: challenges and opportunities", *Finansovyi prostir*, vol. 1—2 (53), pp. 229—240.

2. Rozumnyi, O. M. and Aliiev, E. Sh. (2023), "Digitalization of economic processes: status and trends", *Zhurnal strategichnykh ekonomichnykh doslidzhen*, vol. 4 (15), pp. 65—72.

3. Chaliuk, Yu. O. (2023), *Suchasni trendy sotsializatsii hlobalnoi ta natsionalnykh ekonomichnykh system [Modern trends in the socialization of global and national economic systems]*, 7BC, Kyiv, Ukraine.

4. Shmatkovska, T. O. and Korobchuk, T. I. (2023), "Modern information and communication technologies in modeling business processes", *Ekonomichniy forum*, vol. 3, pp. 156—161.

5. Iashchenko O. O. (2025), "Prospects for marketing strategies in times of crisis and increasing information noise: innovative approaches", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 3, pp. 175—179.

6. Iashchenko, O. O. (2024), "Modern approaches to developing a minimalistic marketing strategy", *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 70.

7. Rozskazov, A. G., Chaliuk, Y. O., Anishchenko, V. O., Smal, I. and Matviichuk, O. (2022), "Global socioeconomic implications of the Russia-Ukraine War", *Economy and Society*, vol. 23.

8. Shmatkovska, T., Volynets, L., Dielini, M., Magopets, O., Kopchykova, I., Kytaichuk, T. and Popova, Yu. (2022), "Strategic management of the enterprise using the system of strategic management accounting in conditions of sustainable development", *AD ALTA: Journal of interdisciplinary research*, vol. 12 (2), special issue XXIX, pp. 123—128.

Стаття надійшла до редакції 07.05.2025 р.