

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Історичний факультет
Кафедра філософії та суспільних наук

Магістерська робота

на тему:

«ФЕНОМЕН МЕРЕЖЕВОЇ ЛЮДИНИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ»

Спеціальність:

033 Філософія (Аналітика суспільних процесів)

СТУДЕНТА ГРУПИ МАСП-24
Коршилівського Володимира
Івановича

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:
кандидат політичних наук, доцент
Петришин Галина Романівна

РЕЦЕНЗЕНТ:
кандидат філософських наук, доцент
Рудакевич Оксана Мирославівна

Робота захищена з оцінкою:
Національна шкала: _____
Кількість балів: ____ Оцінка ECTS _____
Члени комісії: _____

Тернопіль – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ МЕРЕЖЕВОЇ ЛЮДИНИ.....	6
1.1. Мережева людина як новий тип особистості в епоху цифровізації та глобальної інформатизації.....	6
1.2. Теорії та концепції мережевої людини: аналіз основних підходів та засадничих ідей.....	9
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ РИС МЕРЕЖЕВОЇ ЛЮДИНИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	33
2.1. Мережеві спільноти та їх вплив на трансформацію процесів формування соціальності.....	33
2.2. Мережева свідомість як результат взаємодії з цифровими інфраструктурами.....	42
2.3. Ціннісний вибір людини та логіка цифрової взаємодії.....	51
РОЗДІЛ 3. РИЗИКИ ТА НЕБЕЗПЕКИ ДЛЯ ЛЮДИНИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОМУ ПРОСТОРІ.....	63
3.1. Ідентичність як гнучка і змінна конструкція в цифровому середовищі.....	63
3.2. Управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті.....	68
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасна цивілізація вступила в нову фазу розвитку, у якій цифрові технології, глобальні мережі комунікації та штучний інтелект стали визначальними чинниками суспільного, культурного й особистісного буття. У цьому контексті особливої значущості набуває осмислення феномену «мережевої людини» – нового типу соціального індивіда, формування якого зумовлене змінами традиційного середовища комунікації та діяльності на онлайн-середовище, створене комп'ютерними технологіями. В межах цього середовища людина розширює свої «життєві» горизонти, проявляє свою індивідуальність та задовольняє свої потреби у самовираженні і самореалізації. Це вносить свої корективи у трансформацію процесів соціалізації особистості та позначається на соціальних і соціокультурних механізмах формування особистості.

Якщо раніше соціальність людини формувалася завдяки статусно-рольовій системі соціальних відносин, що відповідала соціальній структурі суспільства, то сьогодні в умовах цифровізації формування соціальності відбувається через цифрову комунікацію, цифрову репрезентацію соціальних ролей, алгоритмізацію соціального статусу та соціальної взаємодії, мультиідентичність.

Процес цифровізації сучасного суспільства позначений низкою суперечностей. З одного боку, мережеві технології створюють безпрецедентні можливості для свободи, творчості, доступу до знань і самореалізації. З іншого породжують нові ризики, пов'язані з втратою права на приватність, гнучкістю процесів ідентифікації, заміщенням реального досвіду симульованим, розмежуванням реального та віртуального, істинного й штучного.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю осмислення змін у механізмах формування соціальної природи людини, які спричинила цифрова доба з позицій міждисциплінарного підходу. Такий підхід дозволяє здійснити, як глибокий аналіз змін у механізмі формування сутнісних рис мережевої

людини, так і отримати комплексне розуміння наслідків впливу нової соціальності на функціонування сучасного суспільства.

Метою дослідження є аналіз теоретичних і практичних аспектів питань, пов'язаних з особливостями формування нової соціальної суб'єктивності в умовах цифровізації суспільства та глобальної інформатизації.

Завдання дослідження:

- проаналізувати теоретичні підходи до визначення і розуміння феномену «мережева людина» та систематизувати основні ідеї;

- виявити та проаналізувати ключові механізми формування соціальної суб'єктивності в умовах цифровізації та глобальної інформатизації сучасного суспільства;

- охарактеризувати сутнісні риси «мережевої людини»;

- визначити ризики та небезпеки, які постають перед людиною в інформаційно-мережевому просторі.

Об'єктом дослідження є феномен «мережевої людини» як новий тип соціальної суб'єктивності.

Предметом дослідження особливості формування нового соціального типу особистості в умовах цифровізації суспільства та глобальної інформатизації.

Теоретичні засади дослідження становлять роботи таких зарубіжних та вітчизняних науковців, як: Е. Гофмана, М. Маклюєна, Ж. Бодрієра, П. Бурд'є, Ш. Теркл, М. Кастельс, Б. Велмана, З.Баумана, Д. Бойда, Г. Дженкінза, Д. Біра, І.В. Гурова, М.Д. Култаєвої, О.П. Дзьобань, С.І. Дорош, Є.В. Кулик, О.Д. Рихліцької, М.М. Міщенко, І.П. Сохань, Є.М. Івашкевич, предметом дослідження яких є різні аспекти проблеми формування «мережевої людини».

Для досягнення поставленої мети використано такі методи і наукові підходи дослідження: історико-філософський підхід дозволяє виявити еволюцію уявлень про людину в контексті розвитку техногенної цивілізації; порівняльно-аналітичний допомагає здійснити аналіз класичних та сучасних підходів до проблеми людської ідентичності; структурно-функціональний та

мережевий підхід дозволяють проаналізувати механізми формування соціальності в середовищі Інтернет; системний підхід допомагає розкрити взаємозв'язок між технологічними, культурними й соціальними процесами; соціально-філософський дозволяє узагальнити соціокультурні наслідки цифровізації та міждисциплінарний підхід, що дозволяє сформуванати цілісні уявлення про зміни в процесах соціалізації особистості, пов'язані з цифровізацією суспільства.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що дослідження феномену «мережевої людини» з позиції міждисциплінарного підходу дало можливість виявити ключові механізми формування нового типу особистості та визначити її сутнісні характеристики в умовах сучасного суспільства під впливом процесів цифровізації та глобальної інформатизації.

Результати дослідження були апробовані на VII міжнародній науково-практичній конференції «Ціннісні орієнтири в сучасному світі: теоретичний аналіз та практичний досвід» у 2025 році, шляхом опублікування тез на тему: «Зміна цінностей сучасної людини в мережевому суспільстві».

Теоретичне значення полягає в уточненні поняття «мережева людина» як комплексного соціокультурного феномену сформованого під впливом процесів цифровізації та глобальної інформатизації, у систематизації підходів до вивчення цифрової суб'єктивності та в поглибленні розуміння процесів взаємодії людини й технологій.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів у подальших філософських, соціальних та культурологічних студіях, а також у навчальних курсах із соціальної філософії, соціології та ін. Отримані висновки можуть бути застосовані для осмислення етичних і ціннісних орієнтирів особистості у цифрову добу.

Структура магістерської роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел та літератури. Загальний обсяг роботи – 86 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ МЕРЕЖЕВОЇ ЛЮДИНИ

1.1. Мережева людина як новий тип особистості в епоху цифровізації та глобалізації

Упродовж останній десятиліть людство вступило в нову фазу свого розвитку, що тісно пов'язано зі стрімким поширенням інформаційних технологій, цифрових засобів комунікації та глобальної мережевої взаємодії. Філософи, соціологи, культурологи активно досліджують глибокі зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві під впливом цифрової революції. Ці трансформації вже давно вийшли за межі технічного прогресу та кардинально змінюють спосіб життя, логіку мислення, комунікативні практики, соціальні зв'язки та саму природу людини. Щоб усвідомити масштаб змін, достатньо порівняти сьогодні з періодом, коли доступ до Інтернету був обмеженим або епізодичним. Тоді більшість людей планували день інакше: шукали інформацію в бібліотеках, розмовляли наживо, писали листи, телефонували. Комунікація була сповільненою та більш змістовною. Сьогодні ж вона стала постійною, швидкою, фрагментарною. Інтернет, смартфони, хмарні сервіси, мобільні додатки, соціальні платформи й штучний інтелект трансформують культуру праці та повсякдення, роблячи життя мобільним і водночас інформаційно перевантаженим. Ми більше не уявляємо життя без Google, месенджерів, стрічок новин, пошукових запитів, рекомендацій алгоритмів. Усе від дозвілля до професійної діяльності змінилося під впливом цифрової логіки. Цифрова доба надала доступ до знань, спростила глобальну взаємодію, забезпечила гнучкість робочих процесів, зменшила територіальні та соціальні бар'єри. Але водночас вона породила низку нових викликів: надмір інформації, дефіцит її глибини, психологічну втому, стирання межі між особистим і публічним. Ми живемо у світі де майже все функціонує в режимі онлайн. Це означає, що базовим способом існування стає віртуальна присутність. Комунікація

перестала бути винятковою подією вона перетворилася на безперервний потік повідомлень, реакцій, емодзі, кліків, згадок. Справжній діалог змінився на короткий обмін сигналами. У такому середовищі час на осмислення зникає, відповідь очікується миттєво, комунікаційна культура змінюється: знижується рівень рефлексії, уважності. Люди частіше оцінюють одне одного за кількістю підписників, лайків, фоловерів. Слова втрачають свою силу, натомість діють образи, реакції та меми.

Мова також трансформується. Вона стає коротшою, візуальною, багатою на символи, акроніми та сленг. Багато термінів мігрують з англійської без перекладу. Утворюються мовні коди, які несуть не лише інформацію, а й ціннісні смисли. Але разом із тим знижується грамотність, витісняється класичний стиль. Усе це формує новий соціокультурний тип – «мережеву людину». Вона функціонує одночасно у двох просторах: фізичному та віртуальному. У першому вона виконує базові біологічні, соціальні та професійні функції. У другому будує свою публічну ідентичність, комунікує, взаємодіє, споживає і творить інформацію. У мережевої людини з'являється «цифрова шкіра» – сукупність акаунтів, аватарів, дописів, реакцій, які формують її репутацію та присутність. Якщо в минулому людину характеризувала професія чи місце проживання, то сьогодні її цифровий слід.

«Постає нова людська реальність буття і комунікації, де соціальна взаємодія та активна присутність у віртуальному світі є такими ж важливими, як і звичайне повсякденне життя. Поширюється комунікаційний гібрид, який зводить воєдино місце у фізичному просторі і кіберпросторі. Якщо людина будь-яким чином не представлена в Інтернеті, будь-якій соціальній мережі, то можна сказати, що вона відсутня і у реальності, її складно відшукати за потреби.» [14, с. 53]

Це породжує тиск бути постійно видимим, активним, навіть ціною втрати приватності. Цифрове середовище руйнує класичні вертикальні структури (родина, церква, держава) і створює нові, горизонтальні соціальні зв'язки. Онлайн-спільноти об'єднують людей за інтересами, естетикою, цінностями, а

не за географією чи мовою. Такі спільноти є ефективними інструментами підтримки, навчання самореалізації, волонтерства, навіть політичного впливу. Кожна платформа має власну субкультуру, свої етичні й мовні норми, свою естетику. У них людина не лише спілкується, а й перебудовує свою ідентичність згідно з правилами мережі. Цей процес часто несвідомий, але глибокий.

Одним із ключових феноменів «мережевої людини» є кліпове мислення, швидке, фрагментарне, візуально орієнтоване, неспроможне довго утримувати увагу. Воно є прямим наслідком цифрової культури, що постійно перебиває увагу, фрагментує інформацію, нав'язує постійну зміну вражень. З одного боку, кліпове мислення дозволяє швидко реагувати, орієнтуватися у потоці даних, приймати рішення в умовах інформаційного перевантаження. З іншого воно погіршує здатність до глибокого аналізу, концентрації, побудови складних логічних зв'язків. Цей тип мислення формує нову освітню динаміку. Класичне читання книжок, тривалі лекції, статті змінюються відеороликами, інфографікою. Навчання стає гейміфікованим, а вчитель модератором, а не джерелом знань.

Попри ризики, цифрова епоха створила унікальні умови для самореалізації. Сьогодні будь-хто може брати участь у громадських ініціативах. Багато успішних людей виникли саме з онлайн-простору: блогери, інфлюенсери, розробники, активісти. Цифрова платформа є новою публічною сценою. Тут можна творити незалежно від місця проживання, соціального походження чи формальної освіти. Відбувається демократизація впливу, але й конкуренція за увагу стає виснажливішою. «Мережева людина» все частіше веде подвійне життя: одне публічне, позитивне, відфільтроване; Інше реальне, емоційно складне. Виникає напруга між образом «ідеального себе» в мережі та справжньою особистістю. Це призводить до емоційного вигорання, зниження самооцінки, так званим «FOMO» (страху бути «не в курсі»), постійного порівняння себе з іншими. Особливо вразливими є діти та підлітки, які формують свою ідентичність у цифровому просторі без достатнього емоційного

захисту. Кібербулінг, цифрова залежність, маніпуляції, фейкові новини усе це загрози, які вимагають нової культури відповідальності.

Поява «мережевої людини» вплинула й на фізичний простір. Сьогодні міста адаптуються до нових потреб: гібридна робота, коворкінги, зони швидкого Інтернету, цифрові сервіси в медицині, транспорті, адмініструванні. Архітектура простору змінюється не лише фізично, а й семантично. Університети переходять в онлайн, музеї відкривають віртуальні тури, державні установи стають частиною «держави в смартфоні». Усе це частина нової цифрової екосистеми, де фізичне і віртуальне доповнюють одне одного.

«Мережева людина» це не просто користувач технологій, а новий тип особистості, сформований під впливом цифрової культури, глобальної взаємодії та взаємодії та інформаційного середовища. Вона гнучка, швидка, самопрезентативна, але й вразлива до тиску мережевих норм. Її поява це ознака глибокої соціокультурної трансформації, яка змінює, не лише технологічний ландшафт, а й спосіб буття.

1.2. Теорії та концепції мережевої людини: аналіз основних підходів та засадничих ідей

Історично першим дослідником, від якого беруть початок решту теорій та концепцій «мережевої людини» був Ервінг Гофман у праці «Самопрезентація в повсякденному житті». Вчений у межах мікросоціології запропонував драматургічну модель соціальної взаємодії, яка була опублікована в 1959 р. У цій моделі суспільне життя постає як вистава, де люди виконують певні ролі, використовуючи сцени, реквізит і соціально прийнятні сценарії. Ідентичність у цьому підході не є сталою величиною. Вона формується в процесі взаємодії через самопрезентацію, тобто свідомий або напівсвідомий добір вербальних і невербальних засобів для підтримки бажаного образу перед іншими.

Гофман виділяє два простори самопрезентації: передню сцену, де індивід демонструє суспільно очікувану поведінку, і бекстейдж, де відбувається

підготовка та корекція образу без участі аудиторії. Також він розрізняє щирі й цинічні поведінки. У першому випадку актор вірить у свою роль, у другому лише виконує її, не поділяючи змісту. Взаємодія завжди залежить від контексту, тому ідентичність постає як гнучка та змінна конструкція.

У цифрову епоху ця модель набуває нових форм. Соціальні мережі створюють безліч сцен: профілі, коментарі, публікації та інші майданчики для взаємодії. Користувач постійно адаптує свою роль відповідно до очікувань аудиторії та особливостей цифрової платформи. Це призводить до фрагментації образу себе і сприяє формуванню «мережевої людини», тобто ідентичності, що виникає у процесі постійного самопредставлення в умовах алгоритмічного середовища[53].

Наступним дослідником, який в 1960-х роках продовжив розвиток ідей про вплив медіа на ідентичність, був Маршал Маклюен. У межах своєї медіаекологічної концепції він розглядав медіа не як нейтральні канали передавання змісту, а як середовища, що структурно змінюють сприйняття, мислення та соціальні форми. Його теза «медіум є посланням» підкреслює, що саме тип медіа, а не зміст повідомлень, визначає характер суспільної взаємодії. Кожна технологія, на його думку, є «розширенням» людини, яке змінює пропорції між чуттєвими каналами, перебудовуючи досвід і соціальні зв'язки [59].

Перехід від культури друку до електронних середовищ за Маклюеном, супроводжується зміною когнітивних і комунікативних моделей. Від лінійності та індивідуальності до одночасності, мозаїчності та участі. Це веде до утворення глобального села, де комунікація відбувається синхронно та емоційно насичено. Водночас вплив середовища часто лишається непомітним, тому для його усвідомлення потрібні антисередовища, які роблять ці ефекти доступними для рефлексії.«Зміст» будь-якого медіа не дає нам побачити суть самого ЗМІ»[59, с. 9].

У цифрову добу ця концепція набуває нового значення. Платформні інтерфейси, стрічки, сповіщення та реакції функціонують як постійне

середовище, яке формує увагу, темп спілкування та форми соціальної взаємодії. «Мережева людина» постає як результат занурення в електронну одночасність, що стимулює реактивність, фрагментарність мислення та домінування візуального над аналітичним. Пошукові системи, хмарні сервіси та персоналізовані потоки інформації частково заміщують когнітивні функції, що змінює розподіл уваги та пам'яті. У результаті виникає ефект глобального села нового типу, де емоції швидко поширюються між аудиторіями, підвищуючи як рівень участі, так і конфліктність публічного простору.

Для збереження балансу й критичного мислення необхідні антисередовища, зокрема освітні підходи та дизайн-рішення, які сприяють сповільненню темпу й усвідомленому споживанню інформації. У цьому сенсі медіаекологія Маклюєна є важливим теоретичним підґрунтям для сучасних підходів до аналізу цифрового середовища та ідентичності [59].

Дослідником цієї теми є також Жан Бодріяр, один з найвизначніших філософів постмодерну, який сформулював критичну теорію пізньої модерності, в центрі якої перебуває логіка симуляції та гіперреальності. У своїх працях він стверджує, що сучасна соціальність дедалі більше керується моделями, а не реальністю. Згідно з його концепцією, ми вже не маємо справу з копіями реального, а з «симулякрами», які самі створюють уявлення про дійсність: «симуляція вже не стосується ані території, ані референтної істоти, ані субстанції; це породження моделями реального без витоку й без реальності, гіперреального» [2, с.1]. У результаті «гіперреальність» постає як простір, де знаки відсилають лише до інших знаків, а не до зовнішнього світу.

У цьому контексті медіа виконують не стільки функцію передавання інформації, скільки слугують інструментами симуляції, які спричиняють надлишок смислів і розмивають межі між фактом та вигаданим. Таке бачення дозволяє по-новому осмислити становлення «мережевої людини». Платформи створюють середовище, в якому ідентичність формується через керування знаковими ознаками: аватарами, метриками, стилістичними кодами. У цих

умовах власне «Я» перетворюється на циркуляцію моделей, а тілесна або локальна присутність втрачає значення.

Самопрезентація набуває нового характеру. Йдеться вже не про створення враження стабільного суб'єкта, як у Гофмана, а про участь у безперервній знаковій грі, визначеній алгоритмами платформи. Ідея Бодріяра про «екстаз комунікації» показує, що постійна видимість і публічність не ведуть до глибшого розуміння, а створюють поверхневу взаємодію, яка функціонує за логікою обігу символів.

Цей процес можна описати як поступове підпорядкування ідентичності автономній логіці моделей. Алгоритми, формати та коди платформ визначають, які способи самовираження можливі, а їх масова реплікація закріплює ці моделі як «очевидні». У підсумку «мережева людина» постає як суб'єкт «гіперреального», який здійснює самоідентифікацію через участь у цих символічних конвенціях. Межа між досвідом і його репрезентацією поступово стирається, а надлишок знаків і змістів не стабілізує розуміння, а навпаки, підсилює мінливість публічних емоцій. Таким чином, концепти симулякра і гіперреальності дають змогу осмислити цифрову культуру не як відрив від реальності, а як створення нової реальності через кодифіковані форми, що формують суб'єктивність у мережеву епоху [2].

Один з ключових дослідників теми «мережевої людини» є П'єр Бурдьє. Він створив теоретичний інструментарій для пояснення того, як соціальні порядки відтворюються через взаємодію структур і практик. Його ключові поняття: «поле», «габітус» і «капітали» описують соціальність як множину автономних арен боротьби за ресурси, де діють свої правила гри та критерії легітимності. «Габітус» це сформований досвідом набір схильностей, який забезпечує інтуїтивне орієнтування в полі. «Капітал», у різних формах (економічний, культурний, соціальний, символічний), виконує функцію ресурсу, що може перетворюватися з одного виду на інший. Символічна влада полягає в тому, щоб нав'язувати норми як природні, приховуючи їхню сконструйованість.

Ці ідеї продуктивні для аналізу цифрових платформ як нових полів. Алгоритмічні метрики, жанрові конвенції та архітектура видимості визначають «номос» цифрового середовища, тобто правила, які практики вважаються значущими. Цифрові індикатори: лайки, підписки, шеренги, виконують функцію символічної оцінки, перетворюючи видимість на ресурс. У цих умовах «мережева людина» поступово адаптує свій габітус до логіки платформи, засвоюючи ритми публікацій, жанри й моделі взаємодії. Так формується специфічне «почуття гри», яке дозволяє ефективно конвертувати ресурси у визнання.

Ключовим є механізм конвертації соціального та культурного капіталу в символічний. Платформи спрощують підтримку зв'язків і розширюють сцени публічного визнання, полегшуючи цю трансформацію. Однак «символічна влада є тією невидимою владою, яка може здійснюватися лише за співучасті тих, хто їй підкоряється або хто вважає, що їй не підкоряється» [7, с. 208].

Становлення «мережевої людини» має два важливих виміри. Перший, практика набуває стратегічного характеру, коли користувачі намагаються перетворити свої ресурси у видимість і доступ до можливостей. Другий, «габітус» зазнає подвійної соціалізації, з боку соціального минулого та з боку алгоритмічних норм платформи. У результаті ідентичність «мережевої людини» формується на перетині індивідуального досвіду й структур платформи, а її дії обмежуються правилами легітимації, які подаються як природні.

Отже, концепція Бурдьє дає змогу аналізувати, як платформи структурують умови накопичення капіталів, як «габітус» користувачів адаптується до нових норм і як символічна влада відтворює ієрархії, приховуючи їх за фасадом «автентичності» та «самовираження». «Мережева людина» в цій моделі це не просто користувач, а активний гравець, який опановує логіку «поля», шукає визнання і водночас підкоряється його внутрішнім обмеженням.

Наприкінці 1970-х – на початку 1980-х рр. у межах соціології науки виникає акторно-мережева теорія. Її засновниками вважаються французький соціолог Бруно Латур, британський соціолог Джон Ло та французький дослідник Мішель Каллон. Спершу акторно-мережева теорія застосовувалась для аналізу процесів наукових відкриттів та технологічних інновацій, проте згодом її методологічні принципи почали використовувати для ширшого вивчення соціальних структур [55].

Основна інновація цієї теорії полягала у відмові від класичного поділу на «суспільне» й «технологічне». Акторно-мережева теорія стверджує, що і люди, і нелюдські елементи (технології, інституції, алгоритми) є рівноправними учасниками мережевої взаємодії. На відміну від традиційної соціології, яка розглядала людину як центрального суб'єкта соціальної дії, акторно-мережева теорія вбачає у ній лише один із багатьох вузлів мережевих взаємодій. Індивід у цифрову добу – це «гібридний актор», який діє не самостійно, а у взаємодії з технологічними агентами: смартфонами, інтернет-платформами, алгоритмами штучного інтелекту. Це означає, що «мережеву людину» неможливо розглядати у відриві від середовища її цифрових інструментів. Таким чином, смартфон, пошукова система чи соціальна мережа мають таку ж саму «агентність», як і сама людина, оскільки вони формують її поведінку, світогляд і соціальні практики. «Будь-яка річ, яка змінює стан справ, вносячи відмінність, є актором або, якщо вона ще не має фігурації, актантом» [55, с.71].

Акторно-мережева теорія дає змогу зрозуміти, що «мережева людина» це продукт складної взаємодії людей і технологій. У цифровому просторі людина творить власне «Я» у взаємодії з аватарами, профілями, віртуальними репрезентаціями. Її ідентичність стає результатом співдії біологічного та цифрового. Соціальні платформи та пошукові алгоритми визначають, яку інформацію отримує користувач, які соціальні зв'язки будуть для нього видимими. Технології виступають співтворцями соціальної реальності. Згідно з акторно-мережевою теорією, соціальні відносини це асоціації, що включають і людей, і речі. «Мережева людина» існує у світі, де соціальне і технологічне

нерозривні. У мережевому середовищі контроль і влада не належать лише людям, вони розподіляються між акторами. Наприклад, цензура чи популярність у соцмережі залежать не лише від дій користувачів, а й від роботи алгоритмів.

Ця теорія відкриває новий кут зору на феномен «мережевої людини», адже показує, що вона не є автономним індивідом, а радше вузлом у гібридній мережі. Це дозволяє пояснити, чому ідентичність, культура та свідомість сьогодення формуються через постійну взаємодію з цифровими інфраструктурами. Як зазначає Джон Ло «Мережі не просто пов'язують акторів, вони їх створюють» [55, с.3].

«Мережева людина» не існує до технологій, вона виникає разом із ними, у постійному процесі співтворення. Акторно-мережева теорія радикально вплинула на розуміння становлення «мережевої людини». Вона показала, що сучасний індивід – це не ізольований суб'єкт, а «гібридний агент», чия ідентичність, соціальні ролі та культурні практики формуються у взаємодії з технологічними акторами. Тому «мережеву людину» слід розглядати не як «користувача технологій», а як частину єдиної соціотехнічної мережі.

У кінці 1980-х Шеррі Теркл запропонувала послідовну соціально-психологічну програму дослідження цифрової суб'єктності, в межах якої онлайн-ідентичність розглядається як результат взаємодії людини з обчислювальними середовищами. Ці середовища надають інструменти для множинного, реляційного й сценарного самопредставлення. Вона показує, що комп'ютер стає «значущим іншим», через якого суб'єкти екстеріоризують когнітивні й емоційні процеси, водночас уявляючи себе як об'єкт, що може бути запрограмованим і модульованим [63].

Теркл аналізує середовища на зразок MUDs і ранніх соціальних платформ, де користувачі експериментують із множинними «Я». Аватари, ніки й рольові сценарії дозволяють випробовувати альтернативні ідентичності, що формуються через узгодження з практиками конкретних спільнот. Суб'єктність тут постає як процес курування знакових ресурсів, а не як фіксована сутність.

Водночас вона наголошує, що інтерфейси, жанрові конвенції та очікування аудиторій формують межі допустимого самовираження. Вони визначають, які ролі, стилі й емоції є легітимними в межах платформи.

Теркл фіксує зміну настрою: від оптимізму щодо емансипаційного потенціалу цифрової множинності до критики прив'язаності і «ефекту Золотоволоски». Користувачі обирають взаємодію, яка є зручною і близькою, але водночас контрольованою, уникаючи глибокої емоційної участі. Це веде до зниження рівня емпатії, втрати здатності до тривалого діалогу й уникання взаємної вразливості. На основі емпіричних даних Теркл демонструє, що фрагментація уваги й постійна цифрова присутність послаблюють навички слухання, співпереживання та сталого зв'язку з іншими: «Ми очікуємо більше від технологій і менше одне від одного» [63, с.151].

У перспективі аналізу «мережевої людини» концепція Шеррі Теркл постає як модель взаємодії між інфраструктурним механізмом та ефектом ідентифікації. Суть механізму полягає в інституціоналізованій можливості створювати й підтримувати множинні версії себе, легітимовані через алгоритмічний зворотний зв'язок і показники видимості. Вплив цього механізму у нормалізації фрагментованої, контекстно залежної ідентичності, де уявлення про цілісність постає не як апріорне «Я», а як динамічний результат синхронізації різних профілів і сигналів. «Практика вікон формує децентроване «Я», яке одночасно існує в багатьох світах і виконує багато ролей [63, с.14]. Така конфігурація ідентичності має підвищену вразливість, оскільки ґрунтується на стабільності цифрового середовища, ритмах взаємодій і доступі до підтримувального зворотного зв'язку.

Асинхронна взаємодія, редагованість повідомлень і контроль над видимістю зменшують ризики, але також ослаблюють глибину емоційного зв'язку й відкритість до конфліктів. У результаті цифрове «Я» дедалі частіше підтримується через дрібні підтвердження, а не через тривалі стосунки. Теркл також підкреслює неоднозначність цифрової автономії, хоч експерименти з ідентичністю стали простішими, це не скасовує інституційно заданих сценаріїв

платформи і не усуває ризиків самотності, яка виникає «разом з іншими», але без глибокого офлайн-контакту.

Історично й теоретично робота Теркл виконує функцію мосту між уявленнями про ранні «екранні ідентичності» та сучасними викликами платформної взаємодії. Від теми множинних «Я» дослідницький фокус поступово переходить до проблем уваги, емпатії й етики повсякденного спілкування. Саме ці аспекти є ключовими для розуміння «мережевої людини» як суб'єкта, що керує видимістю себе, але водночас залежить від інфраструктури контактів, які формують її повсякденну реальність.

Інше бачення щодо цієї теми представив на початку 2000-х років професор університету Торонто Баррі Велман. Науковець аналізував еволюцію соціальної організації в умовах урбанізації, а згодом у цифрову епоху, коли нові інформаційно-комунікаційні технології радикально змінюють способи взаємодії між людьми. Він увів термін «мережева індивідуальність» для опису переходу від «групоцентричного» суспільства до «мережоцентричного», де саме індивід, а не спільнота, стає ключовим вузлом соціальної організації [65].

Класична соціологія вважала, що індивід належить до стабільних колективів (родини, громади, трудових колективів), які формують його ідентичність і соціальну поведінку. Велман доводить, що у сучасному суспільстві ці фіксовані спільноти поступаються місцем динамічним, індивідуально сконструйованим мережам контактів. «Індивіди тепер є вузлами в персоналізованих мережах, а не учасниками невеликих замкнених груп» [65,с.25]. Людина стає центром власної множинності зв'язків, які можуть бути розрізненими за функціями (робочі, дружні, родинні, віртуальні) і підтримуються завдяки новим комунікаційним технологіям.

Концепція Велмана безпосередньо впливає на розуміння феномену «мережевої людини». «Мережева людина» існує не як частина однієї спільноти, а як «менеджер» власної розгалуженої мережі контактів. Це відповідає логіці «мережевої індивідуальності», де соціальність більше не групова, а індивідуалізована. На відміну від традиційних колективів, де відносини були

щільними й тривалими сучасні зв'язки можуть бути слабкими, тимчасовими, але численними. Саме ці «слабкі зв'язки» дозволяють людині отримувати нову інформацію, можливості та ресурси. Виникнення «мережевої людини» неможливе без цифрових технологій, які виступають інструментом підтримки контактів. Велман підкреслював, що «інтернет і мобільний зв'язок перетворюють соціальні мережі на персоналізовані комунікаційні центри» [65, с. 134]. Людина у такому середовищі не має фіксованої соціальної ролі, натомість вона постійно перебуває у процесі «перемикання» між різними мережами, від професійної до сімейної, від локальної до глобальної. Це формує новий тип ідентичності, що поєднує множинність і мобільність. «Мережева людина» за Велманом – це індивід, який існує в середовищі індивідуалізованих і динамічних соціальних зв'язків, опосередкованих інформаційними технологіями.

Дослідження Велмана підштовхнули дослідника та головного розробника концепції мережевого суспільства Мануеля Кастельса звернути увагу на окремо взятого індивіда в мережевому суспільстві, яке постає в нього як нова форма соціальної організації в умовах глобалізації та цифрових технологій. Кастельс аналізує, як розвиток інформаційно-комунікаційних технологій не лише змінює економіку й політику, але й формує новий тип особистості.

За Кастельсом «мережа стала базовою одиницею соціальної організації» [50, с.469]. Це означає, що індивід живе і діє не в рамках однієї спільноти чи нації, а всередині глобальних потоків інформації, фінансів, культури й комунікації. У цьому контексті «мережева людина» постає як суб'єкт, включений у глобальні зв'язки – її діяльність визначається не лише локальними, а й планетарними процесами, як інформаційний агент вона не просто споживає, а й продукує інформацію, стає частиною «інформаційних потоків», а також як гнучкий індивід її соціальна ідентичність постійно перебудовується залежно від контексту мережевої взаємодії.

Одним із важливих понять у вченого є мережева культура, яка формується у процесі глобальної комунікації. Згідно міркувань дослідника мережева

культура поєднує різні локальні ідентичності, створюючи багаторівневий простір символів, образів та цінностей. У мережевому суспільстві культура не є більше локальною чи національною. Вона формується у просторах потоків, де значення постійно змінюються та перекодовуються. «Простір потоків – це матеріальна організація практик спільного використання часу [50 с. 442].

Це означає, що «мережева людина» живе в умовах «культурної гібридності», де переплітаються традиційні й глобальні символи, а цифрова медіа сфера виступає головним середовищем формування цінностей. Людина більше не є «прив'язаною» лише до локальної громади, вона водночас належить до багатьох спільнот: від локальної сім'ї до глобальної Інтернет-мережі. Вона визначається здатністю генерувати, поширювати й інтерпретувати інформацію. Це її головний ресурс і засіб соціального існування. І оскільки економіка і політика організовані через мережі, індивід стає елементом глобальних структур влади й комунікацій.

Кастельс також говорить, що «мережева людина» серед інших відмінностей від «звичайної», має особливу свідомість – мережеву, у якій індивід сприймає себе як частину ширших інформаційних потоків. Це трансформує не лише культуру, а й мислення, самопізнання та способи взаємодії з іншими. Якщо Велман підкреслює індивідуалізований характер сучасної соціальності, то Кастельс акцентує на структурному та культурному контексті, в якому існує людина. Його концепція показує, що «мережева людина» не може існувати поза глобальними потоками інформації та символів, а її ідентичність завжди багаторівнева й динамічна.

Зигмунт Бауман у концепції плинної модерності описує сучасність як стан, у якому стабільні інституційні форми, тривкі норми та передбачувані життєві траєкторії поступаються місцем мінливості, реверсивності та тимчасовості. Плинність означає не лише зміну «агрегатного стану» соціальних структур, а й зростання контингентності життєвих виборів: індивіди все частіше приймають рішення у ситуаціях невизначеності, дефіциту гарантій і прискореного соціального часу[47].

Цей стан супроводжується розпадом «твердих» колективних рамок (класів, професій, локальних спільнот) і посиленням індивідуалізації, коли системні ризики тлумачаться як особисті невдачі. Соціальність набуває рис споживчої культури: стосунки, ролі й ідентичності підпорядковуються логіці вибору, заміни та утилізації: «Сучасне суспільство продукує людські істоти так само, як і відходи, і чинить з ними відповідно» [47, с.54]. Бауман підкреслює, що зв'язки стають легшими для розриву, але втрачають глибину, необхідну для підтримки в кризових ситуаціях. Це доповнюється уявленням про «відходи життя», тих, кого глобальна мобільність та ринки витісняють на «маргінес».

У контексті «мережевої людини» концепція Баумана дозволяє простежити зв'язок між макросоціальною нестабільністю та мікропрактиками ідентичності в цифрових середовищах. Платформи сприяють мобільності зв'язків, постійному оновленню профілю й конкуренції за репутацію. Це відповідає логіці короткострокового планування, де «бути собою» означає постійно підтверджувати доречність обраних ролей. Ідентичність стає проектом самокурації, що залежить від уваги аудиторії та ритмів платформи.

Цифрове середовище стимулює поширення споживчої логіки на сферу самості, користувачі експериментують з образами й спільнотами, зберігаючи свободу виходу, але втрачаючи стабільність в ідентифікації. Індивідуалізація ризиків набуває нової форми: невдачі в самопрезентації сприймаються як особисті провали, а не як ефекти алгоритмічної екології, що систематично продукує надлишок претендентів на дефіцитну увагу.

У результаті «мережева людина» постає як суб'єкт, змушений до постійної самореконфігурації, що поєднує свободу вибору з хронічною тривогою. Потреба в тимчасових «якорях» призводить до формування швидкоплинних онлайн спільнот, які забезпечують відчуття приналежності, але не гарантують її довготривалості. За Бауманом плинність матеріалізується у цифровому повсякденному житті як щоденний досвід мобільності, нестійкості та змагальності.

Том Девенпорт і Джон Бек сформулювали концепцію «економіки уваги» як соціально-економічного режиму, в якому дефіцитним ресурсом стає не інформація, а людська увага обмежений і конкурентний актив, що підлягає алокації, стратегічному управлінню та конвертації у вартість. В праці «Економіка уваги: розуміння нової валюти бізнесу» дослідники, спираючись на тезу про структурний дефіцит уваги, аргументують, що в умовах інформаційного перенасичення сучасні виробничі, маркетингові та управлінські практики мають зосереджуватися не стільки на оптимізації потоків даних, скільки на дизайні механізмів залучення, утримання та трансформації уваги в економічні результати: «в інформаційно перенасиченій економіці «увага стає найдефіцитнішим ресурсом» [52, с. 23].

Автори розрізняють волонтарну та невольову увагу, акцентуючи на тому, що організації змагаються як за короткотривалі акти «захоплення», так і за стабільні конфігурації «утримання», які забезпечують передбачуване повернення користувача до продукту або послуги. У цьому контексті ключового значення набуває управління «портфелем уваги», балансування між високочастотними, поверховими взаємодіями та меншими частими, але глибшими формами залучення.

Особливо важливою є їхня теза про увагу як організаційний актив: компанії повинні розробляти як інструменти її вимірювання, так і внутрішні політики, спрямовані на запобігання перенавантаженню співробітників і користувачів, а також на підтримання когнітивної продуктивності, емпатії та довіри. Надмір стимулів, за Девенпортом і Беком, призводить до фрагментації сприйняття, зниження якості рішень і когнітивного вигорання.

Інтерпретація цієї концептуальної рамки у контексті формування «мережевої людини» дозволяє описати специфічний механізм суб'єктивації, що відбувається в цифрових середовищах, як постійне балансування між зовнішніми стратегіями залучення уваги та внутрішніми практиками її охорони. Архітектура стрічок, нотифікацій, реакцій і рекомендованого контенту матеріалізує конкуренцію за увагу в послідовностях мікрвзаємодій, у яких

алгоритмічно оптимізовані стимули конвертують час і когнітивні зусилля користувача в метрики видимості, конверсії та монетизації. За таких умов «мережева людина» поступово інтеріоризує економічну логіку уваги як норму повсякденності, вибудовуючи стратегії самопрезентації, соціальної участі та інформаційного споживання з урахуванням показників залучення та очікуваної «віддачі» від інвестованої уваги.

Цей процес має неоднозначний характер. Він сприяє розвитку інструментальної раціональності суб'єкта, формуванню навичок селекції контенту, фокусування, тайм-менеджменту, розробки персональних «фільтрів» та практик гігієни уваги. Але ідентичність у такому режимі стає залежною від зовнішніх метрик і зворотного зв'язку, через що цілісність і стійкість «Я» підмінюються вимогами постійної видимості, гнучкості та реактивності. Таким чином, «мережева людина» постає як суб'єкт, що керує собою через управління увагою одночасно як ресурсом і як механізмом самоконтролю в цифровому середовищі.

Генрі Дженкінс сформулював концепцію учасницької культури як специфічного режиму медіаспоживання і медіавиробництва, за якого користувачі не є пасивними споживачами, а виступають активними співавторами змістів [54]. Вони беруть участь у циркуляції контенту, створенні фанатських текстів, колективному розв'язанні задач та формуванні мережевих спільнот навколо спільних інтересів. Дженкінс описує фанатство як практику «привласнення» й реміксу, що трансформує комерційні тексти у ресурси ідентичнісної та творчої роботи. За цих умов межі між виробником і споживачем стають пористими, а культурна влада частково перерозподіляється на користь організованих аудиторських спільнот.

Вчений фіксує перехід до конвергентного медіа середовища, у якому перетинаються потоки комерційних стратегій, медійних технологій і аматорських практик. «Конвергентна культура – це простір, «де перетинаються старі й нові медіа, де зустрічаються медіаіндустрії та аматорські практики, а влада виробників і споживачів взаємодіє у непередбачуваний спосіб» [54, с.11].

Ключовою фігурою стає «розумна аудиторія», чия колективна інтелігенція координується через цифрові мережі та спрямовується на продукування, реінтерпретацію й поширення змістів, що змінює баланс сил між індустріями та користувачькими спільнотами. Дженкінс наголошує на важливості специфічних компетентностей: мережевої співпраці, критичного судження, реміксової грамотності та навичок вирішення проблем у розподілених середовищах. Він вказує на існування не лише цифрового розриву, а й «розриву участі», обумовленого нерівним доступом до культурних і освітніх ресурсів.

У контексті формування «мережевої людини» підхід Дженкінса надає ефективний концептуальний апарат для аналізу взаємодії між інфраструктурою платформ і суб'єктною діяльністю користувача. По-перше, учасницька культура нормалізує творчість як повсякденну практику: ідентичність «мережевої людини» формується через кураторство, ремікс і колективну інтерпретацію, тоді як соціальний капітал акумулюється не лише у вигляді показників видимості, а й через здатність ініціювати співучасть і підтримувати спільні проекти.

По-друге, колективна інтелігенція відіграє роль когнітивного середовища, у якому індивідуальні спроможності підсилюються через мережеву координацію, сприяючи формуванню раціональності дії та відчуття належності. Для «мережевої людини» участь у спільнотах стає не факультативною опцією, а необхідною умовою самореалізації.

По-третє, ця культура водночас висвітлює ієрархії доступу: відсутність культурного або освітнього капіталу унеможливорює активну участь, залишаючи суб'єктів у позиції «глядачів» і посилюючи нерівність у здатності трансформувати участь у вплив. Це зумовлює нормативний імператив медіаосвіти, орієнтованої на подолання «розриву участі» та розвиток етики колаборації [54].

Нарешті, концепт «поширюваності» висвітлює одночасно афірмативну й обмежувальну природу цифрової участі: суб'єкт посилює власну агентність

через активну циркуляцію змістів, але ця агентність залишається структурно залежною від алгоритмічних і ринкових параметрів платформ.

У підсумку, концептуальний апарат Дженкінса пояснює, яким чином мережеві спільноти формують культурні та ідентичні практики через участь, ремікс і поширення, а також чому «мережева людина» постає як колективно вбудований агент, чия самість формується у взаємодії з іншими учасниками, інституціями та технологічними обмеженнями. Цей підхід надає теоретичну базу для зв'язку мікропроцесів творчої взаємодії з макропроцесами конвергенції та політичної економії уваги, що робить його концептуально центральним для аналізу «мережевої людини».

Девід Бір розвиває дослідження алгоритмічних культур і алгоритмічного врядування як аналітичну рамку для вивчення соціотехнічних режимів, у межах яких алгоритми постають не лише як технічні інструменти, але як інфраструктури влади, здатні упорядковувати видимість, увагу та можливості дії, тим самим конституюючи нові форми суб'єктності у цифровому середовищі.

У низці своїх праць Бір доводить, що алгоритми виконують нормативно-перформативну функцію, вони не просто сортують дані, а виробляють оцінки, що набувають статусу соціально значущих, і зворотно структуризують поведінкові патерни користувачів та інституцій. Цей механізм він визначає як «метричну владу», форму влади, що ґрунтується на здатності метрик формувати авторитет і легітимність [48].

У межах концепції «метричної влади» виокремлюються три взаємопов'язані процеси: вимірювання, циркуляція та можливість. Процеси вимірювання фіксують цифрові сліди, циркуляція перетворює числові індикатори на соціально релевантні об'єкти, а можливість означає спектр дій, який відкривається або блокується під тиском рейтингових порівнянь, індексів залучення та алгоритмічних шкал оцінки. Ще у ранніх дослідженнях Бір увів поняття «технологічного несвідомого», прихованих налаштувань коду, інтерфейсів і дизайну, які, залишаючись непомітними для користувача,

систематично схиляють його до певних практик і рішень. У цьому сенсі алгоритми формують обмеження до будь-якого рефлексивного втручання, закладаючи структурні рамки для участі та самопрезентації.

У подальших розвідках дослідник розвиває поняття «погляду даних» і «політики циркуляції», описуючи, як алгоритмічне врядування створює епістемічні режими сприйняття: дані та алгоритмічні процедури перетворення структурують те, що взагалі може бути побачене, оцінене та включене в управлінські чи культурні процеси. У такий спосіб алгоритми функціонують як «онтологічні фільтри», що визначають, які феномени стають видимими, які вважаються значущими та які підлягають інтервенції.

У межах аналізу феномену «мережевої людини» ця концептуальна позиція дозволяє описати зв'язок між інфраструктурою цифрових платформ і процесами суб'єктотворення. Алгоритмічні системи фіксують і трансформують поведінкові сліди користувачів у числові метрики: рейтинги, бали, показники залучення, які набувають нормативного статусу і слугують критеріями видимості, успішності та соціальної значущості. У відповідь на це «мережева людина» інтеріоризує алгоритмічні логіки як «компас» для самопрезентації, що впливає на вибір форматів, жанрів, ритмів і тональностей взаємодії. Ідентичність у такій конфігурації стає рухливою, чисельно вираженою конструкцією, постійно налаштованою на адаптацію до непрозорих вимог алгоритмічного ранжування. Це, у свою чергу, конвертує увагу та репутацію в умовно керовані, але глибоко крихкі ресурси, оскільки правила їхньої алокації часто залишаються невідомими для користувачів. «Метрики володіють владою настільки, наскільки вони визначають, що саме стає видимим, порівнюваним і значущим для дії» [48, с. 133].

Крім того, алгоритмічні культури за Біром формують специфічні «онтології релевантного», вони задають, що варте уваги, що підлягає обговоренню та, що формує основу для соціального знання. Учасники мережевої культури не просто реагують на ці фільтри, а активно відтворюють їх, беручи участь у процедурах оцінювання через лайки, шерінги, та підписки,

що підтримують метричні зворотні петлі. Таким чином, «мережева людина» функціонує як агент, чия дія включена до циклу алгоритмічної нормалізації.

Дослідниця Дана Бойд запровадила поняття «мережевих публік» як аналітичну концепцію для пояснення того, як цифрові платформи формують нові простори публічності, що відрізняються від офлайн-аналогів за структурою аудиторій, нормами та правилами видимості. У її трактуванні «мережеві публіки» це водночас простори і уявні спільноти, які виникають через взаємодію користувачів із платформними афордансами. Ключову роль у цій трансформації відіграють чотири властивості: персистентність, реплікованість, масштабованість і пошуковість, які забезпечують довготривале збереження, легку копійованість, потенційно велике охоплення аудиторій і можливість ретроспективного доступу до контенту [49]. Ці риси змінюють очікування щодо приватності та публічності, породжуючи феномен «надлишкової видимості».

Центральним у цій концепції є поняття «колапсу контекстів», що позначає накладання різних аудиторій у спільному просторі, ускладнюючи стабільне керування враженням і знецінюючи класичне розрізнення фронт і бекстейджу. Бойд демонструє, що користувачі намагаються узгоджувати свої повідомлення з «уявною аудиторією», однак за умов алгоритмічної циркуляції досягнення стабільного контексту є проблематичним: «у мережевих публіках аудиторія часто залишається невидимою, контексти колапсують, а межі між публічним і приватним стають розмитими» [49 с. 18]. У відповідь розвиваються тактики «соціальної стеганографії», іронії та еліптичного мовлення, які дозволяють адресувати «своїх», залишаючись формально публічними. Публічність у цифрових середовищах постає якісно іншою, вона створює архівний тиск на ідентичність, де минулі висловлювання можуть бути ремідіалізовані без згоди автора.

У межах аналізу феномена «мережевої людини» концепція «мережевих публік» дозволяє окреслити механізми взаємодії між інфраструктурою платформ і практиками суб'єктності. Афорданси визначають умови

самопрезентації: персистентність і пошуковість, стимулюють обережність і репутаційний менеджмент, тоді як масштабованість і реплікованість заохочують до використання поширюваних форматів. Колапс контекстів змушує суб'єкта формувати гібридного адресата й розробляти метакомунікативні стратегії для керування образами. У такій конфігурації ідентичність постає як динамічна комбінація практик керування видимістю, а приватність, як досягнення, що вимагає процедурної роботи з платформами та аудиторіями.

«Мережеві публіки» впливають на співвідношення індивідуального й колективного смислотворення: завдяки пошуковості локальні коди швидко стають об'єктами зовнішньої інтерпретації, тому ідентичнісі наративи набувають вигляду переговорного процесу між користувачами, алгоритмами видимості та зовнішніми спостерігачами. Таким чином, «мережева людина» постає як «контекстний менеджер», чия здатність підтримувати межі між аудиторіями залежить не лише від особистих навичок, а й від технічних і політичних параметрів мережевої публічності.

Тім Ву визначає «ринок уваги» як історично сформований режим політичної економії медіа, у межах якого людська увага стає первинним об'єктом захоплення, пакування та перепродажу рекламодавцям, а технологічні та інституційні трансформації визначають способи її кодифікації та масштабування [66]. Відтворюючи генеалогію цього процесу, від масової преси та жовтої журналістики через радіо й ефірне телебачення до сучасних Інтернет-платформ, Ву показує, що медіаіндустрії систематично оптимізують формати контенту, розклад програм і адресаційні техніки з метою максимізації залучення, адже саме тривалість та передбачуваність уваги є передумовою монетизації рекламних площ і, відповідно, життєздатності бізнес-моделей.

У межах цієї логіки «торговці увагою» не лише реагують на запити аудиторій, але й активно їх формують, експлуатуючи сенсаційність, моральну паніку та психологічні тригери як інструменти стабілізації попиту. Цифрові платформи радикалізують ці процеси за допомогою персоналізованих

інформаційних потоків, А/В-тестування та алгоритмічної оптимізації, які перетворюють одиничні імпульси на тривалі «ланцюги повернень» і конвертують поведінкові сліди на прогнозовані одиниці інвентарю уваги.

Ву доповнює цю картину аналізом циклічності розвитку інформаційних індустрій, маятникового руху між відкритістю і концентрацією, демонструючи, як вертикальна інтеграція та контроль над ключовими інфраструктурними вузлами дозволяють компаніям отримувати надприбутки завдяки обмеженню доступу до каналів уваги й стандартизації правил для постачальників контенту. «Ринок уваги винагороджує тих, хто здатен встановити режим контролю над каналами доступу до аудиторії і задавати умови для всіх інших учасників» [66, с. 102].

У підсумку «ринок уваги» постає як складна конфігурація технік захоплення, правових режимів (зокрема щодо реклами, приватності та конкуренції) й інституційних архітектур, які здійснюють врядування суб'єктивністю через нормування видимості та метрики залучення. Політичний вимір цієї проблематики Ву пов'язує з демократичними ризиками монокультур інформаційного споживання: концентрація каналів і стимулювання афективної реактивності знижують якість публічної сфери та підривають здатність до автономного судження.

У застосуванні до феномена «мережевої людини» цей підхід формує чітку модель взаємодії. Механізмом виступає інституціоналізація уваги як товару та впровадження алгоритмічно керованих стратегій її залучення та утримання. Вплив полягає в інтеріоризації логіки ринку уваги на рівні повсякденних практик ідентифікації. У цій конфігурації суб'єкт одночасно має керувати власною увагою як обмеженим ресурсом і конструювати себе як «товар для уваги» інших, адаптуючи стилі самопрезентації, ритми комунікації та жанри висловлювання до вимог вимірюваної залученості.

Хронологічно останньою є концепція «платформного суспільства», запропонована Йосеван Дейк, Томасом Поеллом і Мартейном де Ваалом, які окреслюють структурну трансформацію сучасних соціальних порядків

унаслідок процесу платформізації – переходу, за якого цифрові платформи стають базовою інфраструктурою для виробництва, циркуляції та координації соціальної взаємодії. На відміну від поширеного уявлення про платформи як «нейтральні» посередники, автори наголошують, що вони є нормативно навантаженими соціотехнічними системами, які інтегрують технічні протоколи, моделі даних і бізнес-логіки з правилами доступу, видимості та монетизації, тим самим реорганізуючи інституційні поля медіа, освіти, охорони здоров'я, міської мобільності та громадської комунікації [64].

Ключові механізми цієї трансформації автори описують за допомогою тріади «Датифікація, комерціалізація, відбір». «Дані про поведінку стають основним ресурсом і метою взаємодії; соціальні зв'язки, увага та культурні практики кодифікуються через рекламні та посередницькі моделі. «Алгоритмічна селекція та ранжування виконують функцію розподілу видимості й можливостей дії, формуючи своєрідну «онто-епістемологію» релевантного у цифровій публічній сфері» [64, с. 88].

Платформізація має виразний інфраструктурний вимір: платформи вибудовують екосистеми, впроваджують логіки «з'єднуваності» та крос-субсидування, стандартизують жанри взаємодії та поступово заміщують публічні інституційні сервіси приватно керованими вузлами координації. У цій конфігурації питання «публічних цінностей», прозорості, підзвітності, інклюзивності, справедливості та приватності, що постає як основний критерій для оцінки соціальних наслідків платформного посередництва.

Переклад цієї рамки на рівень індивідуального суб'єкта дозволяє окреслити механізм формування «мережевої людини». По-перше, залежність від платформних інфраструктур означає, що базові громадянські практики опосередковуються приватними протоколами видимості та алгоритмічними метриками залучення. У результаті ідентичність користувача дедалі частіше конструюється як управління показниками та відповідність алгоритмічним профілям, а не як взаємодія у межах інституційно гарантованих каналів.

По-друге, логіка «ратифікації» інтеріоризується як саморепрезентація в даних. «Мережева людина» функціонує як «вузол даних», що підтримує свою суб'єктність через безперервне продукування та курування цифрових слідів, які згодом слугують підґрунтям для розподілу можливостей у сферах праці, освіти, кредитування чи видимості у публічному просторі.

По-третє, алгоритмічна селекція нормує горизонти релевантного й визначає умови публічності. Контекст публічного висловлювання обумовлюється не лише соціальним складом аудиторії, але й параметрами поширюваності, які контролюються платформами. Це, своєю чергою, переводить дискусію про публічні цінності у площину дизайну та врядування даними, оскільки справедливість у доступі до видимості та можливостей стає технічно й політично контрольованою змінною.

Отже, у платформному суспільстві «мережева людина» постає як суб'єкт, чия агентність та ідентичність формуються у межах приватно керованих інфраструктур, а автономія, як функція того, наскільки публічні цінності вбудовані у правила алгоритмічного добору, системи монетизації та архітектури даних.

У підсумку концепція платформного суспільства забезпечує аналітичний зв'язок між структурними трансформаціями та повсякденними практиками: механізми даніфікації, комодифікації та алгоритмічної селекції перебудовують публічні інфраструктури, що, своєю чергою, трансформує режими суб'єктності. Тому аналітика «мережевої людини» потребує не лише опису мікротактик користувача, а й оцінки рівня інституційного захисту публічних цінностей у середовищах, де платформні логіки дедалі частіше визначають умови видимості, участі та доступу до можливостей.

Останнім часом в філософській антропології широко вживається термін «Homo Digitalis» (цифрової людини). Термін «Homo Digitalis» виник ще у кінці ХХ – на початку ХХІ століття як культурно-філософська метафора для позначення нового типу людини, існування якої визначається цифровими технологіями. Його використовували різні автори, зокрема у працях з цифрової

антропології та медіа філософії. На відміну від класичних понять («Homo sapiens», «Homo economicus»), «Homo Digitalis» підкреслює, що ідентичність людини формується через цифрове середовище та мережеву комунікацію [4, 21, 26, 60].

Ідея тісно пов'язана з розвитком віртуальної реальності, соціальних мереж та кіберкультури. Саме вони створюють передумови для «цифрової антропології», де людина постає не лише як біологічна чи соціальна істота, а й як віртуально-комунікативний агент.

Віртуальна реальність у широкому значенні – це не тільки технології віртуальної чи доповненої реальності, але й усі форми цифрової взаємодії (соціальні мережі, цифрові комунікації, гейміфіковані простори). Саме тут відбувається становлення «мережевої людини», оскільки людина комунікує не лише безпосередньо, а й через цифрових посередників: месенджери, соціальні мережі, платформи. Це створює багат шаровість і нові структури зв'язків.

Для «Homo Digitalis» віртуальність не є альтернативною реальністю, вона інтегрована у повсякденне життя. Робота, освіта, відпочинок і спілкування відбувається через цифрові медіа, що радикально змінює структуру часу і простору. «Цифрова людина» характеризується «мережевою свідомістю», яка характеризується здатністю жити у кількох середовищах одночасно (офлайн та онлайн), сприйняттям інформації як головного ресурсу, гнучкістю ідентичності та самопрезентації. Це близько до того, що Мануель Кастельс називає «просторами потоків», де людина існує не у фізичному просторі, а у мережевій конфігурації інформаційних взаємодій.

Діяльність людини та її міжособистісні стосунки дедалі більше реалізуються у віртуальних просторах, що формує «Homo Digitalis» як «мережевого громадянина». Цифрова людина мислить у «гіперпосиланнях», сприймаючи інформацію не лінійно, а мережево. Це трансформує структуру свідомості. Водночас занурену у локальні культури і в глобальну цифрову цивілізацію, людина формує нову мережеву культуру – змішану, динамічну, відкриту до змін. Концепція «Homo Digitalis» є важливою складовою

дослідження «мережевої людини». По-суті вона є узагальнюючою для всіх попередніх, але вона надто концентрує увагу на віртуальній реальності, тоді як формування «мережевої людини» виходить за межі цього контексту.

Аналіз концепцій та теорій «мережевої людини», еволюції їх засадничих ідей дозволяють зрозуміти, як в умовах сучасного суспільства під впливом інформаційно - комунікаційних технологій, інфраструктури цифрових платформ та глобальних інформаційних взаємодій створюються умови для формування нового соціального типу особистості. Систематизація їх засадничих ідей дає змогу сформувати цілісне бачення особливостей формування нового типу особистості, який функціонує на межі реальності та вимог цифрового середовища. До основних підходів розуміння феномену «мережевої людини» віднесемо: соціально-технологічний, соціально-психологічний, мережевий, ідентичнісний та культурно-комунікативний.

Натепер серед науковців немає однозначності в тлумаченні сутності поняття «мережева людина». Ми під поняттям «мережева людина» будемо розуміти людину як вузол соціотехнічної взаємодії, соціальність якої формується через перформативне самопредставлення, множинність ролей і профілів, участь у спільнотах та постійне узгодження себе з очікуваннями аудиторій і правилами видимості конкретних сервісів.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ РИС МЕРЕЖЕВОЇ ЛЮДИНИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

2.1. Мережеві спільноти та їх вплив на трансформацію процесів формування соціальності.

Соціальність традиційно формувалась у межах родинних, територіальних та професійних спільнот, що забезпечували процес соціалізації індивіда та підтримання культурних норм. «Соціальні зв'язки впродовж тривалого часу були безпосередньо пов'язані з локальними формами комунікації, де особиста присутність була головною умовою взаємодії» [23, с.7]. Проте розвиток інформаційно-комунікативних технологій істотно змінив структуру суспільних відносин і призвів до появи нових форм спільнот – мережевих.

Однією з головних передумов виникнення мережевих спільнот стала радикальна зміна комунікативних практик. Якщо у традиційному суспільстві головним каналом соціалізації залишалося безпосереднє міжособистісне спілкування, то сьогодні воно дедалі частіше замінюється онлайн-комунікацією. «Інтернет дедалі виразніше функціонує як культурно організований комунікативний простір, у межах якого виробляються та підтримуються соціальні зв'язки, що раніше були локалізовані переважно у позамережевій взаємодії.» [31, с.299]. Це зумовлює переосмислення самого поняття присутності у соціумі: фізичний контакт відходить на другий план, а пріоритет набуває символічна взаємодія у цифрових середовищах.

Зміна комунікативних практик пов'язана з появою нових каналів соціальної взаємодії. До таких каналів належать соціальні мережі, месенджери, форуми та платформи для обміну контентом. Соціальні мережі стали глобальними просторами комунікації, що дозволяють об'єднувати людей за спільними інтересами, незалежно від їхнього географічного розташування. Водночас месенджери виконують роль більш інтимного, особистісного каналу,

який відтворює модель приватної комунікації у нових технологічних умовах. Дискусії на форумах та спеціалізовані платформи (наприклад, для обміну відео чи фото) відкривають нові горизонти взаємодії, заснованої на мультимедійному контенті, що поєднує текст, звук та зображення.

Ключовими рисами мережевої комунікації є віртуальність, швидкість, мультимедійність та анонімність (чи псевдоанонімність). Однією з ключових характеристик мережевої комунікації є швидкість поширення інформації, яка принципово змінює соціальні практики взаємодії. Якщо в традиційному суспільстві комунікація мала часові затримки, пов'язані з фізичним переміщенням повідомлень, то цифрові технології практично нівелювали часово-просторові бар'єри. «Віртуальне середовище створює умови для миттєвої передачі повідомлень, що докорінно змінює темп соціального життя та формує нові часові горизонти існування індивіда» [37, с.94].

Миттєвість обміну інформацією веде до переформатування сприйняття часу. Якщо в офлайн-комунікації існувала чітка послідовність дії та реакції, то в цифрових середовищах очікування відповіді скорочується до мінімуму. Інтернет-комунікація ускладнює традиційне відчуття тривалості, оскільки індивід звикає до постійної готовності отримати відповідь «тут і тепер». Таким чином, час у мережі втрачає лінійність і набуває рис ментальності, що впливає на культуру спілкування та соціальні очікування.

Більше того, мережеве середовище формує ефект прискореного соціального часу. «Інформаційні потоки настільки інтенсифікувалися, що людина змушена адаптуватися до стану постійного оновлення, інакше вона ризикує «випасти» з комунікативного процесу» [36, с.89]. У цьому сенсі цифрова комунікація створює нову норму – безперервну присутність в інформаційному просторі, що змінює структуру повсякденності та межі приватного часу.

Швидкість поширення інформації у цифрових мережах має не лише технічне, а й глибоке соціокультурне значення. Вона трансформує саме відчуття часу, роблячи його більш фрагментарним, ситуативним і залежним від

комунікативних потоків. Учасники мережевих спільнот фактично існують у режимі «прискореного теперішнього», що зумовлює нові моделі поведінки, соціальних очікувань і взаємодії.

Іншою визначальною рисою мережевої взаємодії є віртуальність, що означає існування соціальних зв'язків у просторі, відокремленому від фізичної присутності учасників. Якщо у традиційних формах комунікації головною умовою було співперебування у спільному локальному середовищі, то в умовах мережевих спільнот цей бар'єр нівелюється. «Віртуальна комунікація дозволяє формувати нові соціальні реальності, які не обов'язково збігаються з фізичним простором, у якому перебуває людина» [25, с.19].

Віртуальність не лише розширює можливості взаємодії, а й формує специфічні моделі ідентичності. У цифрових середовищах особистість може створювати альтернативні репрезентації себе, відображати лише певні аспекти своєї індивідуальності, перебільшувати чи, навпаки, приховувати їх. «Мережеве «Я» часто функціонує як символічна конструкція, що може істотно відрізнитися від офлайн-соціальних ролей» [17, с.128].

Особливість віртуальності полягає також у розширенні просторових і часових меж комунікації. Якщо у традиційних формах взаємодія була обмежена конкретним місцем і часом зустрічі, то цифрові платформи забезпечують можливість постійного зв'язку, незалежно від географічної відстані. Мережа створює ефект одночасної присутності у різних просторах, що радикально змінює досвід соціального буття.

Однак віртуальність не є цілковито відірваною від реальності, вона постійно взаємодіє з офлайн-досвідом, утворюючи гібридні форми соціальності. Цифрові ідентичності та практики переплітаються з реальними соціальними полями, взаємно збагачуючи і трансформуючи їх. У цьому сенсі віртуальність виступає не як «нереальність», а як нова форма реального соціального буття, зумовлена технологічними можливостями сучасності.

Наступною рисою мережевої комунікації є мультимедійність, яка полягає в інтеграції різних форматів інформації: тексту, зображень, відео, аудіо та

інтерактивних елементів у єдиному комунікативному середовищі. Якщо традиційні форми спілкування переважно обмежувалися вербальними або письмовими каналами, то сучасні цифрові платформи відкривають можливість створення багатовимірних повідомлень, що поєднують раціональне та емоційне сприйняття.

«Мультимедійна комунікація формує нову якість соціальної взаємодії, коли інформація подається комплексно, одночасно апелюючи до кількох сенсорних каналів, що підвищує її переконливість і впливовість» [23, с.21]. Це означає, що комунікація у мережі стає не лише швидшою, а й більш інтенсивною за змістом, оскільки поєднання різних форматів дозволяє створювати ефект присутності та емоційної залученості.

Мультимедійність також сприяє демократизації створення контенту, завдяки технологічним інструментам (мобільним додаткам, платформам для обміну фото та відео, стрімінговим сервісам) практично кожен користувач може стати виробником мультимедійного повідомлення. «Нові комунікатиційні технології забезпечують умови, за яких виробництво і поширення мультимедійного контенту стає масовим і доступним, що радикально змінює структуру комунікаційних потоків» [17, с.134].

Крім того, мультимедійність пов'язана з формуванням нових культурних практик. Поєднання тексту, звуку й візуальних образів у мережі не лише трансформує способи комунікації, а й визначає стиль мислення сучасної людини. Мультимедійна комунікація стає основою формування кліпового мислення, яке характеризується фрагментарністю, швидкою зміною образів та підвищеною візуальністю сприйняття.

Мультимедійність у мережевих спільнотах не обмежується лише технічною характеристикою. Вона є соціокультурним феноменом, що впливає на зміст і форму соціальної взаємодії, створюючи умови для глибшої емоційної залученості та водночас трансформуючи когнітивні моделі сучасної соціальності.

Однією з найхарактерніших рис мережевої комунікації є анонімність та пов'язана з нею псевдоанонімність, які суттєво впливають на специфіку соціальної взаємодії в цифровому середовищі. Якщо в офлайн-комунікації особистісна ідентифікація була невід'ємною умовою спілкування, то в мережі учасник може залишатися невідомим або створювати альтернативні образи через використання нікнеймів, аватарів чи вигаданих персональних даних.

«Анонімність у мережевій комунікації сприяє появі нових форм соціальної поведінки, які неможливі у традиційному соціумі через контроль соціальних норм і санкцій» [32, с.46]. У цьому сенсі цифрове середовище стає простором експериментування з ідентичністю, що дозволяє користувачам виходити за межі офлайн-ролей і випробовувати нові моделі самопрезентації.

Феномен анонімності має подвійний характер. З одного боку, він надає свободу самовираження, дозволяє висловлювати думки без страху перед осудом чи репресіями, особливо в авторитарних політичних контекстах. «Мережа створює умови для артикуляції маргінальних ідентичностей та позицій, які залишаються пригніченими у публічній сфері» [25, с.18]. З іншого боку, надмірна анонімність часто знижує рівень відповідальності, що може провокувати прояви агресії, тролінг чи поширення дезінформації.

Особливу увагу дослідники приділяють феномену псевдоанонімності, коли користувач не є повністю невідомим, але діє через сконструйований образ. «Псевдоанонімність у соціальних мережах стає інструментом творення множинних ідентичностей, які співіснують паралельно з офлайновою особистістю» [17, с.140]. Така можливість ускладнює процес ідентифікації, але водночас розширює простір для творчої самореалізації та комунікативних практик.

Анонімність та пов'язана з нею псевдоанонімність у мережевій комунікації є подвійним соціальним механізмом, вони одночасно забезпечують розширення свободи та індивідуальної самовираженості, але водночас створюють ризики для довіри, автентичності та стабільності соціальних зв'язків. У цьому аспекті

вони стають одним із ключових чинників, що відрізняють мережеву соціальність від традиційних форм соціальності взаємодії.

Поява нових каналів комунікації та характерних рис взаємодії у цифрових середовищах визначає особливий тип соціальності, властивий мережевим спільнотам. Вони поєднують у собі індивідуальність і глобальність, приватність і публічність, що дозволяє говорити про якісно новий етап розвитку відносин.

Важливим завданням дослідження є окреслення специфічних рис мережеских спільнот, що відрізняють їх від традиційних соціальних об'єднань. Саме ці риси дозволяють зрозуміти унікальний характер нової соціальності, яка формується у цифрову добу.

На відміну від сім'ї чи локальної громади, де належність визначається фактом народження або місцем проживання, участь у мережеских спільнотах є результатом особистого вибору. «Мережескі групи формуються на основі самостійного рішення індивіда, що створює умови для більшої гнучкості соціальних зв'язків» [37, с.95]. Ця добровільність означає, що користувач може легко змінювати своє середовище спілкування, що раніше було практично неможливим у межах локальних соціальних структур.

На відміну від територіальних чи родинних зв'язків, що будуються на факторах близькості, мережескі спільноти утворюються навколо спільних інтересів, захоплень або професійної діяльності. Дослідники зазначають: онлайнні об'єднання концентруються не на соціальному статусі чи походженні, а на інтересах, що об'єднують людей незалежно від їхнього соціального чи культурного контексту. У цьому сенсі мережескі спільноти стають простором реалізації індивідуальних цінностей і самовираження, що підсилює роль суб'єктивного вибору у соціалізації.

«Мережескі спільноти руйнують традиційні географічні межі соціальної інтеграції. Онлайнні платформи дозволяють індивідам бути присутніми у спільнотах, що існують поза межами їхньої фізичної локальності, створюючи феномен «віртуальної присутності» [32, с.50]. Соціальність сучасної людини дедалі більше визначається до глобальних цифрових мереж.

Ще однією ключовою особливістю мережевих спільнот є відсутність жорсткої ієрархії. У традиційних соціальних структурах, таких як сім'я чи професійна організація, соціальні ролі закріплені та ієрархізовані. Натомість у цифрових спільнотах кожен учасник може виступати водночас як споживач і як виробник контенту. «Мережеве середовище руйнує межі між автором і аудиторією, користувачі стають активними учасниками продукування змісту» [23, с.21]. Така горизонтальність підсилює відчуття рівності, але водночас вимагає нових форм саморегуляції та відповідальності.

Добровільність участі, інтересоцентричності, глобальність та горизонтальність комунікації визначають унікальну природу мережевих спільнот. Вони створюють умови для нової якості соціальності, яка не обмежується традиційними рамками, а поєднує індивідуальне та колективне, локальне й глобальне. Саме ці особливості стають підґрунтям для аналізу впливу мережевих спільнот на соціальність сучасної людини.

Особливості мережевих спільнот безпосередньо впливають на трансформацію соціальності сучасної людини. Якщо раніше соціальна інтеграція відбулася переважно через інститути сім'ї, освіти, громади чи професійні кола, то сьогодні саме віртуальні середовища дедалі частіше стають основним майданчиком для формування соціальних зв'язків та колективної ідентичності.

Мережеві спільноти створюють нові моделі солідарності та взаємної підтримки. Під час кризових ситуацій, природних катастроф, воєнних конфліктів онлайн спільноти стають каналами швидкого поширення інформації, мобілізації ресурсів та координації волонтерської допомоги. В українському контексті саме мережеві ініціативи (волонтерські групи, спільноти допомоги внутрішньо переміщеним особам, краудфандингові платформи) в умовах російсько-української війни, особливо після 2022 року, перетворилися на ключових агентів громадянської мобілізації. Емпіричні дослідження українських онлайн-спільнот підкреслюють, що саме ці цифрові

майданчики виконують функції нових осередків солідарності й самоорганізації [30; 31].

Онлайнові платформи стимулюють політичну активність та розвиток громадянської участі. Соціальні мережі дають змогу швидко поширювати інформацію про суспільно важливі події, організовувати петиції, інформаційні кампанії, флешмоби, обговорювати рішення влади та альтернативні сценарії дій. Користувачі отримують можливість не лише споживати політичний контент, а й ставати його творцями, брати участь у публічних дискусіях на рівних, що сприяє зміцненню демократичних практик. Дослідження тенденцій міжкультурної комунікації в соціальних мережах показують, що такі платформи виконують роль простору вироблення нових форматів публічного діалогу та співжиття, де мережеві спільноти виступають носіями змінених норм взаємодії [45].

Мережеві комунікації впливають на формування нових форм культурної участі. Соціальні мережі стають платформами для просування мистецьких проєктів, популяризації культурних ініціатив, організації онлайн-подій. Учасники мережевих спільнот не лише споживають культурний контент, а й виступають його співавторами, долучаючись до колективних практик творення смислів, мемів, наративів, які визначають «культурну моду» певної спільноти. «Цифрові платформи трансформують роль аудиторії, перетворюючи її на активного учасника культурного процесу та формуючи нові моделі культурної самопрезентації, часто більш мобільні й креативні» [23, с.11]. Емпіричні дослідження українського сегмента соціальних мереж засвідчують, що спільноти навколо культурних інституцій і брендів функціонують як канали культурно-просвітницької роботи та підтримки символічної спільноти [33].

Віртуальні спільноти змінюють баланс між приватним і публічним. Якщо у традиційних соціальних структурах ці сфери чітко розмежовувалися, то в мережевому середовищі межі між ними стають розмитими. Учасники онлайн-спільнот дедалі частіше поєднують елементи соціальної відкритості.

Окрему групу становлять освітні та молодіжні спільноти, які функціонують навколо університетів, шкіл, освітніх платформ, аматорських і професійних курсів. Такі мережі поєднують елементи навчання, неформальної підтримки, кар'єрного консультування, дозвілля. Вони створюють для молоді простір, де відбувається обмін досвідом, узгодження норм прийнятної поведінки в онлайні, обговорення чутливих тем, які складно артикулювати в офлайн-інституціях. Через ці практики формуються нові моделі соціальності, що поєднують цифрову гнучкість, підвищену ритмічність спілкування та потребу у стійких, довірливих зв'язках. Дослідження ціннісних орієнтацій і освітніх практик сучасних школярів та студентської молоді показують, що саме участь у таких мережевих спільнотах стає важливим каналом формування їхніх уявлень про успіх, солідарність, відповідальність та безпечну поведінку в цифровому середовищі [38; 40; 42].

Досвід повномасштабної війни особливо чітко окреслив потенціал мережевих спільнот як простору мобілізації солідарності. Через онлайніві платформи збираються кошти на військові й гуманітарні потреби, організуються інформаційні кампанії протидії ворожій пропаганді, створюються групи взаємопідтримки для людей, які переживають втрати, евакуацію чи вимушену міграцію. Учасники подібних об'єднань не лише обмінюються інформацією, а й спільно виробляють смисли, що дозволяє переосмислювати травматичний досвід і перетворювати його на ресурс консолідації спільноти.

У контексті українського суспільства мережеві спільноти дедалі частіше виступають не лише майданчиком комунікації, а й інфраструктурою взаємодопомоги. Волонтерські ініціативи, локальні групи підтримки внутрішньо переміщених осіб, фахові й професійні об'єднання в соціальних мережах беруть на себе функції координації ресурсів, поширення перевіреної інформації, організації спільних дій. Для учасників таких спільнот характерне поєднання горизонтальної рівності та неформального лідерства, коли довіра

базується на репутації в мережі, історії попередніх дій та здатності залучати інших до колективних проєктів.

Таким чином, вплив мережевих спільнот на соціальність сучасної людини є комплексним. Вони стають не лише інструментом комунікації, а й простором соціалізації, самореалізації та колективної дії. Це дозволяє говорити про появу якісно нового виміру соціальності, що поєднує в собі індивідуальне й колективне, локальне й глобальне, реальне й віртуальне.

2.2. Мережева свідомість як результат взаємодії з цифровими інфраструктурами

У мережевому середовищі народжується не лише нова форма соціальності, тут поступово трансформується свідомість людини. Мережева культура перетворює середовище взаємодії на своєрідний механізм відображення колективної уяви. У якому кожен користувач водночас є і творцем, і відображенням потоків інформації. Індивід починає бачити себе не безпосередньо, а крізь реакції інших через коментарі, лайки, короткі повідомлення, символічні знаки уваги. Таке віддзеркалення формує особливий тип рефлексії, залежність від інформаційного зворотного зв'язку, коли відчуття власної значущості ґрунтується на цифровому відлунні її присутності.

На відміну від традиційної соціалізації, де самоусвідомлення виростало зі стабільних спільнот, у цифровому світі з'являються тимчасові, фрагментарні об'єднання, які швидко виникають і зникають. У цих умовах індивід може належати до кількох спільнот одночасно: бути митцем у творчій групі, експертом у професійній, активним учасником соціальної дискусії, і все це в різних інформаційних просторах. Така багаторівнева присутність розширює горизонти самовираження, проте водночас зумовлює внутрішні суперечності, коли особистість змушена узгоджувати різні образи себе. «Інформаційний простір фігурує як масив інформації, без якого сучасна особистість не може існувати тією ж мірою, як рослина не може вирости без води» [34, с.40].

Інформаційна доба поєднує фізичне та віртуальне у спільну реальність, стираючи межі між ними. «З прогресом цивілізації спілкування людей дедалі частіше відбувається на рівні не безпосереднього, а опосередкованого віртуального інформаційного контакту» [8, с.125]. Тепер людське існування не обмежується тілесністю чи соціальною роллю, воно стає комунікативною подією, зануреною у нескінченний масиви даних знаків, символів, повідомлень. Цей стан істотно змінює саму природу буття, індивід вже не просто взаємодіє зі світом, він функціонує з ним у медіа-просторі, де кожна дія це акт комунікації, а кожен слід частина інформаційного ландшафту.

Віртуальна реальність розглядається як комплексне середовище існування людини, що пронизує її соціальні зв'язки, спосіб мислення і навіть внутрішні шари «Я». Мережевий світ це не лише середовище комунікації, а один із вимірів соціальної реальності, де щоденна взаємодія з інформаційними потоками формує інший тип чуттєвості, іншу логіку сприйняття. Якщо у попередніх епохах соціалізація відбувалася через стабільні інститути, то сьогодні індивід поступово частіше осмислює себе крізь призму мережевих спільнот, що існують водночас всюди й ніде.

Мережева культура створює нові механізми ідентифікації у яких головним капіталом стає інформаційна присутність. Індивід здобуває можливість нескінченно експериментувати зі своєю суб'єктивністю, змінювати образи, пробувати ролі, формувати власний наратив. Проте така можливість обертається залежністю: від алгоритмів, від мережевої логіки, від невидимих структур контролю, що визначають, що буде побачено, а що ні.

У цих розгалужених мережах виникає новий феномен, мережева свідомість. Вона фрагментарна, мінлива, підвладна алгоритмам і налаштуванням колективного потоку. Індивід в ній не лише користувач, а водночас продукт і співавтор безперервного інформаційного потоку. Його ідентичність більше не є статичною, вона розщеплюється на низку цифрових проєкцій, що можуть суперечити одне одному, взаємно підсилюючи або нівелюючи відчуття автентичності. Саме тому проблема ідентичності набуває великої актуальності.

Індивід уже не просто шукає себе, а узгоджує множинними віддзеркаленнями, які живуть у мережі паралельно до нього. Це створює як середовище для творчого самовираження, так і ймовірність втрати цілісності, коли особистість втрачає цілісність у мозаїці цифрових образів.

Мережева свідомість є результат глибокої інтеграції індивідуального досвіду у тканину цифрових комунікацій. Вона народжується на стику особистого й колективного. У просторі, де технології стають продовженням мислення, а медіа дзеркалом внутрішніх процесів, індивід в цьому світі існує не як відокремлена істота, а як вузол у системі нескінченних зв'язків, через які циркулюють образи, ідеї, символи, реакції. Саме тому її свідомість набуває нових рис: вона стає мережевою, гнучкою, мінливою, залежною від ритму інформаційних потоків.

Польові й аналітичні дослідження цифрових практик засвідчують, що найбільш інтенсивні зміни свідомості відбуваються в середовищах щоденного мережевого спілкування. Зокрема, у працях, присвячених молодіжним онлайн-спільнотам і впливу мережі на соціалізацію, наголошено на зв'язку між постійною цифровою присутністю, зростанням фрагментарності уваги та зміною механізмів самооцінювання через реакції аудиторії [39; 11]. Паралельно емпіричні спостереження за навчальними та віковими групами показують, що цифрові середовища стають базовим контекстом формування мисленневих стратегій і самосвідомості, а не лише додатковим каналом комунікації [33; 38].

Першою і, мабуть, найяскравішою характеристикою мережевої свідомості є кліпове мислення. «Кліпове мислення розглядається як здатність сприймати навколишній світ за допомогою коротких, яскравих посилів, кліпів» [33, с.139]. У світі, де інформації більше, ніж часу, послідовність поступається місцем мозаїчності. Індивід сприймає знання фрагментами: уривками, цитатами, візуальними блоками. Його увага немов промінь ліхтарика, ковзає поверхнею подій, не затримуючись довго ніде.

Мережеві спільноти стають своєрідним лабораторним середовищем для безперервного «переписування» власного «Я». «Інтернет-спільноти надають

соціальним суб'єктам найширші можливості для здійснення комунікації» [41, с.212] Алгоритми, рекомендаційні системи, реакції інших користувачів усе це створює невидимий тиск, який поступово формує наші думки, смаки, навіть спосіб мислення. Індивід опиняється перед викликом: як залишатися собою, коли твоє цифрове відображення живе, росте та змінюється поза межами твоєї волі.

Таке мислення є продуктом мережевої культури, де панують швидкість, яскравість і візуальність. Мозок звикає реагувати миттєво, оцінювати за першими сигналами, не заглиблюючись у контекст. У результаті логічна послідовність поступово відходить на другий план, натомість утверджується мозаїчний тип мислення: виразний, гнучкий, проте позбавлений глибини. Людині поступово складніше будувати цілісні концепції, але вона вправніше орієнтується у безмежному потоці візуальних і текстових стимулів.

Емпіричні дані, отримані у дослідженнях освітніх і молодіжних середовищ, фіксують, що короткі візуальні формати (сторіз, меми, короткі відео) витісняють тривалі й послідовні форми читання та аналізу. Автори пов'язують це з адаптацією до високої щільності інформаційних стимулів і постійною необхідністю швидкого відбору «важливого» в стрічці, що підсилює мозаїчність сприйняття і змінює звичні схеми навчання та рефлексії [33; 39].

Проте кліпове мислення явище не лише проблемне, а й водночас адаптивне. Воно пристосовує людину до ритму цифрової доби, навчає миттєво фільтрувати інформацію, реагувати на зміни, мислити багатозадачно. І все ж за цю швидкість доводиться платити поверхневистю сприйняття, ослабленням здатності до рефлексії, та втратою глибини розуміння. Індивід все частіше замінює аналіз емоцією, а осмислення реакцією.

Однак і тут немає однозначності. Кліпове мислення не лише позбавляє глибини, воно також відкриває нові когнітивні горизонти. Здатність швидко перемикає увагу, поєднувати несумісне, створювати нові смисли з уривків це нова форма інтелектуальної гнучкості, народжена інформаційною добою. Отже, кліповість це водночас слабкість і сила сучасної свідомості.

Сучасні емпіричні огляди показують, що кліпова логіка сприйняття підсилюється не тільки стилем подачі контенту, а й специфікою короткоформатних відеоплатформ. Метааналіз 71 дослідження із сумарною вибіркою понад 98 тис. учасників виявив стійкий зв'язок інтенсивного споживання коротких відео з погіршенням показників уваги та гальмівного контролю; ефекти мають середню силу і відтворюються в різних вікових групах. Це дозволяє говорити про когнітивну адаптацію до високої щільності стимулів, де швидке перемикавання стає домінантною стратегією мислення [61].

Щоб точніше окреслити природу цих змін, мережеву свідомість варто розрізнити за рівнями. На когнітивному рівні вона виявляється у пріоритеті швидкого відбору й перемикавання, коли фрагмент слугує одиницею орієнтації в потоці. На афективному рівні домінує реактивність, тобто схильність відповідати на інтенсивність сигналу раніше, ніж на його смислову вагу. На нормативному рівні закріплюються правила платформної видимості, які поступово інтеріоризуються як власні критерії значущого і другорядного.

У межах цього когнітивного режиму важливо не ототожнювати фрагментарність із обов'язковою поверховістю. Вона постає як спосіб смислової селекції в умовах надлишку, де збирання цілого відбувається через швидке зіставлення фрагментів, а не через лінійне нарощування аргументу. Тому кліповість водночас звужує глибину окремого повідомлення і розширює здатність до швидкої навігації між різними смисловими полями.

Особистість у віртуальній реальності водночас розширює межі самовираження і стикається з ризиком втрати глибини. Віртуальні платформи не лише відкривають середовище комунікації вони формують нову соціальну дійсність, де межі між приватним і публічним, особистим і колективним, поступово все більше розмиваються. Тут індивід живе у двох вимірах фізичному й цифровому, і щораз складніше зрозуміти, у якому з них його «справжнє» обличчя. «Інтернет має значний вплив на свідомість молодого покоління й уже не є лише засобом спілкування, а також інструментом

вираження громадської та особистої думки. Мережа формує певний тип особистості та безпосередньо впливає на процес соціалізації» [39, с.363].

Наступною характерною рисою мережевої свідомості є медіатизоване сприйняття світу. У добу цифрових технологій індивід поступово рідше стикається з реальністю безпосередньо, тепер його досвід опосередковують екрани, алгоритми, стрічки новин. Ми споглядаємо світ не очима, а через призму медіа, що фільтрують, структурують і навіть підмінюють реальне сприйняття. Те, що ми бачимо, це не сам факт, а репрезентація, сформована сукупністю технічних і соціальних механізмів.

Соціальні платформи створюють середовище, у якому очікування цифрового схвалення стає майже фізіологічною потребою. «Соціальні мережі характеризуються доступністю, глобальністю, наявністю зворотного зв'язку» [11, с.39]. Лайки, емодзі, коментарі стали новими одиницями соціальної взаємності. Вони не лише підтверджують факт спілкування, а й стають мірою самоцінності. У цій символічній економіці уваги вартість людини часто вимірюється кількістю сигналів, а не якістю змісту. Саме тут цифрова взаємодія перестає бути просто комунікацією, вона перетворюється на механізм формування самосвідомості, який водночас може і підтримувати, і руйнувати її.

Медіатизація сприйняття означає, що власний досвід індивіда стає вторинним щодо цифрового контенту. Замість безпосереднього переживання подій ми отримуємо нескінченний масив даних зображень, повідомлень, коментарів, і вони визначають, що вважати істотним, а що залишити поза увагою. Алгоритми, мов невидимі редактори, відсіюють «зайве», створюючи ілюзію об'єктивності. Проте ця уявлення лише вибіркоче відображення світу, адаптоване до наших уподобань і поведінкових шаблонів.

У науковій літературі цей феномен описують як алгоритмічну селекцію реальності, процес, коли доступна нам інформація фільтрується на основі попередніх дій користувача. Кожен натиск, кожен пошук, кожна реакція формують невидиму траєкторію, уздовж якої нам дозволено бачити світ. І зрештою індивід починає сприймати не об'єктивну дійсність, а відредаговану

версію, пристосовану до її цифрового профілю. Реальність стає дзеркалом алгоритмів, комунікативною конструкцією, де межа між фактом і відображенням майже стерта.

Практичні дослідження алгоритмічного впливу на інформаційні траєкторії користувачів демонструють, що рекомендаційні системи не просто підлаштовують контент під уподобання, а й поступово звужують поле альтернативних смислів. Аналіз роботи платформ, зокрема рекомендаційних механізмів відеосервісів, показує тенденцію до інформаційної ізоляції та формування «камер відлуння», коли мережеве сприйняття світу стає дедалі більш однорідним і передбачуваним [23; 35].

Ефект алгоритмічної селекції має також соціальний вимір. Дослідження стрічки Facebook на даних 10,1 млн користувачів показало, що ранжування новин зменшує частку ідеологічно «перехресного» контенту порівняно з тим, який теоретично доступний у мережі дружніх зв'язків, водночас користувацький вибір ще сильніше звужує експозицію до несумісних позицій. У результаті картина світу мережевої людини складається в режимі подвійного відбору: платформа структурує поле видимого, а індивід додатково відсіює «чужі» смисли [46].

Поверх цього працює емоційна логіка поширення інформації. Емпіричні дані про циркуляцію повідомлень у Facebook і Twitter у поєднанні з поведінковими експериментами засвідчили, що дезінформація, яка викликає моральне обурення, поширюється швидше і ширше, ніж нейтральні повідомлення, незалежно від їхньої достовірності, оскільки обурення є одним із найсильніших тригерів залучення, а платформи алгоритмічно підсилюють високозалучений контент. Це означає інституціоналізацію афективного режиму мережевої свідомості, де інтенсивність реакції часто переважає епістемічну якість повідомлення [58].

Доречно підкреслити, що алгоритмічна селекція і самоселекція є різними, але взаємопідсилювальними фільтрами. Алгоритмічний фільтр має процедурний характер, бо задається правилами ранжування, архітектурою

інтерфейсу й логікою утримання уваги. Самоселекція має ціннісну природу, оскільки ґрунтується на вже наявних установках користувача і відтворює його схильність шукати сумісні з ними наративи. Їх поєднання перетворює мережеву картину світу на когерентну, але водночас уразливу до замкненості систему смислів.

Медіатизоване сприйняття забезпечує швидкість, легкість і глобальну залученість, але ціна цього дару висока: зменшення автономії мислення й залежність від алгоритмічного погляду на світ. «Тотальна медіатизація свідомості пересічних громадян і професіоналів, яка є характерною для сучасних постінформаційних соціумів,...знижують якість їх мислительних процесів та деформують їх професійну свідомість» [34, с.306].

Ще одна суттєва ознака мережевої свідомості це панування віртуальних символів і образів, які замінюють собою традиційні форми спілкування. У віртуальному світі слова вже не єдині носії сенсу. Їм на зміну приходять меми, емодзі, гіфки, короткі відео. Ці візуальні одиниці передають емоцію швидше, ніж будь-який текст, і водночас створюють нову систему культурних кодів.

Меми та тренди у соцмережах це не просто гумористичні повідомлення чи випадкові картинки. Вони механізми колективного осмислення реальності, короткі формули соціальної енергії. Через них суспільство реагує на події, формує позиції, продукує іронію, яка часто виявляється глибшою за публічні дискусії. Людина у цьому символічному просторі мислить візуально, не аргументом, а образом, не розгорнутим судженням, а знаком, який миттєво впізнають інші.

Така роздвоєність створює постійне напруження між тим, ким ми є, і тим, як ми себе презентуємо. Вона відкриває середовище для творчості, самовираження, гри, але водночас приховує небезпеку втрату автентичності. Коли індивід занадто занурюється у власний цифровий образ, вона ризикує ототожнити себе з ним, забуваючи, що це лише цифрова репрезентація.

Заключною характеристикою мережевої свідомості є залежність від віртуальної взаємодії. У світі, де соціальне визнання перетворюється на

кількість реакцій, кожен лайк, коментар чи підписка стають знаком присутності, маркером значущості. Індивід поступово відчуває, що існує настільки, наскільки її помічають інші.

Мережева, фільтрована реальність поступово проникає у найінтимніші зони ідентичності. Вона визначає, що буде помічено, а що загублено в інформаційному шумі. Самооцінка, соціальний статус, навіть почуття власного «ідентичність» поступово залежать від логіки платформ, які керують тим, що з'явиться у стрічці, а що залишиться непоміченим.

Ця залежність, як і кліпове мислення має дві сторони. Вона розвиває комунікативні навички, відкриває людину до світу, дає змогу ділитися досвідом і почуттями. З іншого розвиває внутрішні критерії цінності, адже міра власної вагомості починає визначатися цифрами статистики: переглядами, репостами, підписками. Особистість стає заручником цифрових показників, а її самосприйняття продуктом алгоритмічного схвалення.

Емпіричні дослідження підтверджують цю тенденцію. Серед молоді, особливо активної в соціальних мережах, спостерігається чіткий зв'язок між інтенсивністю цифрової присутності та зниженням рівня самооцінки. Постійна потреба у схваленні призводить до емоційної нестійкості, почуття самотності, відчуження. У гонитві за віртуальним визнанням особистість втрачає контакт із собою, з реальністю.

Українські емпіричні дослідження про вплив соціальних мереж на молодь підкреслюють, що залежність від зворотного зв'язку корелює з емоційними коливаннями і підвищеною тривожністю, а також змінює логіку самопрезентації, змушуючи користувачів орієнтуватися на очікувані реакції аудиторії [39; 11]. У цьому сенсі цифрова потреба у схваленні виступає не випадковою психологічною рисою, а наслідком самої архітектури платформ, де соціальна значущість постійно переводиться в метрики видимості [23].

Додатковий зріз дають дослідження підліткових груп, для яких мережеве середовище є базовим простором соціалізації. У вибірці 204 підлітків виявлено негативний середньої сили зв'язок між рівнем залежності від соціальних мереж

і самооцінкою за шкалою Розенберга, а також часткову посередницьку роль образу тіла в цій залежності. Таким чином, за умов неконтрольованого користування цифрове схвалення перестає стабілізувати «я», натомість працює як фактор його ерозії [51].

Індивід у цифровій добі живе у стані постійного балансу між розширенням і звуженням, свободою і залежністю, видимістю та вразливістю. Мережева свідомість поєднує у собі кліпове мислення, медіатизоване сприйняття, схильність до символічних кодів і потребу у цифровому визнанні.

І все ж у цій суперечливості криється й потенціал: цифрова реальність не лише розмиває межі ідентичності, а й відкриває нові горизонти самопізнання, експериментування, креативності, індивід вчиться творити себе наново між екраном і тілом, між реальністю і мережею, між розчиненням у потоці й прагненням до цілісності.

2.3. Ціннісний вибір людини та логіка цифрової взаємодії

У сучасному суспільстві Інтернет перетворився на головне середовище комунікації, що визначає не лише інформаційні, а й ціннісні орієнтири особистості. Людина мережі здійснює щоденний вибір у площині цифрових практик: які спільноти підтримувати, які дискурси відтворювати, які інформаційні джерела вважати авторитетними. Цей вибір формує нову конфігурацію моральності та світогляду, де цінності нерозривно пов'язані з логікою цифрової взаємодії. У щоденних практиках це проявляється, коли користувач цілеспрямовано відписується від одних сторінок і приєднується до інших, формуючи стрічку, у якій відображаються його базові цінності, від громадянської активності та волонтерських ініціатив до професійного розвитку чи дозвілля.

Процедурно ціннісний вибір у мережі можна описати як послідовність взаємопов'язаних кроків. Спершу користувач стикається з інформаційним сигналом у стрічці чи спільноті й здійснює швидке первинне розпізнавання

його ціннісної тональності, відносячи побачене до прийняттого або неприйняттого, «свого» або «чужого». Далі відбувається публічна інтерфейсна дія, яка фіксує позицію у символічному просторі мережі, після чого спільнота або платформа повертає зворотний зв'язок через реакції, видимість і коментарі. Цей зворотний зв'язок не лише оцінює дію, а й формує звичку подальших виборів, тому ціннісна орієнтація закріплюється як повторювана практика.

Інформаційний простір став середовищем моральної саморегуляції, де кожна дія користувача має символічний і ціннісний вимір. Мережеве середовище виступає не лише інструментом обміну знаннями, а й простором вироблення нових етичних норм. «Цифровий простір, створений людьми та для людей, забезпечує середовище, сприятливе для взаємодії та спілкування» [28, с. 166], соціальні мережі при цьому постають засобом збереження й переосмислення національної пам'яті, що впливає на формування світоглядних орієнтирів, норм, цінностей та колективної ідентичності суспільства.

Емпіричні студії українського інтернет-покоління показують, що ціннісні орієнтації в онлайні формуються через повсякденні практики взаємодії з платформами та спільнотами: участь у волонтерських і громадянських ініціативах, у тематичних чатах і групах, долучення до кампаній підтримки. Дослідники фіксують, що саме через такі мережеві практики молодь засвоює норми солідарності, взаємної відповідальності й цифрової етики, а також конструює уявлення про «правильну» і «прийнятну» поведінку в публічному просторі мережі [29; 30; 31].

Важливим аспектом є вплив віртуальних практик на формування пріоритетів особистості. Мережеве суспільство продукує нову систему цінностей, у якій важливими стають мобільність, відкритість до змін і здатність швидко інтегруватися у різні комунікативні простори. У центрі сучасної ціннісної системи опиняються не стільки сталі традиції, скільки динаміка взаємодії та адаптивність до умов мережевої культури.

Мережеві комунікації формують нові механізми соціальної легітимації, де визнання особистості значною мірою залежить від її видимості та активності в

інформаційному просторі. Діяльність у мережі має безпосередній вплив на становлення ціннісних орієнтацій та уявлень людини про власну значущість.

Практичні дослідження взаємозв'язку між мережевою видимістю та самооцінюванням засвідчують, що лайки, репости й коментарі працюють як індикатори соціальної легітимації. У роботах, присвячених молодіжній мережевій культурі, показано, що метрики публічного схвалення стають для користувачів частиною системи цінностей: вони впливають на вибір тем, тональність самопрезентації та самооцінювання в спільнотах [39; 23].

У цьому ракурсі технічні операції інтерфейсу набувають морального змісту. Лайк виступає актом схвалення і символічного приєднання, репост виконує функцію солідаризації або мобілізації, коментар є формою публічного судження і співтворення норми, а блокування чи скарга означають санкцію і виключення з простору взаємодії. Отже, навіть мінімальні дії, що здаються нейтральними, працюють як інструменти щоденної етики, через які мережеві спільноти підтримують власні ціннісні межі [62].

«Мережева людина» постає не лише як користувач технологій, а як суб'єкт постійного ціннісного вибору. Цей вибір, як вже було зазначено в минулому підрозділі, здійснюється в умовах інформаційної надлишковості та алгоритмічної селекції, що створює як нові можливості для самореалізації, так і ризики поверхневості й залежності від зовнішнього схвалення.

Активність користувача у мережі дедалі більше постає не лише як технічна чи комунікативна практика, але і як процес, що має глибокий ціннісний вимір. Кожна дія, створення й коментування контенту, участь у дискусіях, вибір інформаційних джерел чи навіть просте поширення повідомлення, виявляє певну систему орієнтацій та поступово формує нову структуру моральної свідомості. Діяльність у цифровому просторі неминуче набуває етичного характеру, оскільки користувач стає видимим для інших і тим самим відповідальним за власну комунікацію: навіть найпростіші форми онлайн-взаємодії виступають механізмом ціннісної самопрезентації особистості. Водночас така активність визначає рівень довіри та взаємного визнання у

мережових спільнотах, адже цінність особистості значною мірою вимірюється ступенем її залученості до спільних практик та здатністю підтримувати сталі комунікативні зв'язки.

Особливого значення набуває те, що мережеві практики поєднують у собі індивідуальний і колективний вимір. «Культурно-просвітницький ресурс соціальних мереж полягає в можливості їх грамотного і продуманого використання для популяризації досягнень культури і науки» [35, с. 13]. Мережеві технології трансформують уявлення про соціальність, адже вони ґрунтуються на принципах горизонтальної взаємодії, відкритості та гнучкості, що формує нову етику співіснування. Ціннісний вибір особистості у мережі тісно пов'язаний із динамікою соціальної інтеграції та постійним переосмисленням меж приватного і публічного.

Слід враховувати й суперечливий характер цього процесу. Активність у мережі відкриває простір для творчого самовираження, розширення горизонтів знання, конструювання власної ідентичності та формування нових форм солідарності. Вона дає змогу поєднувати різні соціальні ролі, підтримувати контакти з людьми з інших культурних і професійних середовищ. Водночас така активність може сприяти девальвації глибинних моральних орієнтацій, коли критерії цінності зводяться до кількісних показників і миттєвих реакцій. У цих умовах особливо виразною стає взаємозалежність між особистісним і соціальним вимірами цифрової комунікації. Індивід постійно співвідносить власні переконання з реакцією мережових спільнот і алгоритмічною логікою платформ, що водночас створює можливості для самореалізації і посилює ризики втрати внутрішньої автономії.

Мережеві спільноти постають не лише середовищем комунікації, але й осередком вироблення нових ціннісних орієнтацій, що формуються у процесі взаємодії користувачів. Як уже зазначалося раніше, на відміну від традиційних соціальних інститутів, які тривалий час визначали систему норм і цінностей (сім'я, школа, професійні групи), мережеві об'єднання характеризуються тимчасовістю, гнучкістю та відсутністю жорстких ієрархій. «У сучасну

цифрову епоху соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя більшості людей у світі та перетворилися на потужний засіб інституалізації соціокультурних змін, соціалізації та інтеграції» [29, с. 149]. Це уможливорює нові формати перетину культурних кордонів і впливає на трансформацію ціннісних орієнтацій у глобалізованому середовищі.

Спостереження за динамікою українських мережевих спільнот у кризових і воєнних умовах демонструють швидке згуртування користувачів навколо символічних маркерів, петицій, благодійних зборів і інформаційних кампаній. Такі кейси показують, що цінності не просто декларуються, а «випробовуються дією»: підтримка армії, допомога ВПО, захист мовних і культурних практик перетворюються на колективно поділювані норми, які закріплюються в груповій взаємодії [30; 31; 33].

Мережеві комунікації змінюють парадигму соціальної організації: у них головним механізмом є не формальна структура, а інтенсивність і динаміка взаємодії. «Віртуальні соціальні мережі є сучасним універсальним засобом соціальної взаємодії» [19, с. 44]. Завдяки чому створюються умови для швидкого подолання просторових і культурних кордонів та розгортання міжкультурної комунікації у цифровому середовищі. Ціннісні орієнтири в цифрових спільнотах визначаються колективною активністю користувачів і здатністю швидко мобілізувати увагу до певних тем, подій чи символів. Емпірично це можна побачити у швидкому згуртуванні користувачів навколо онлайн-петицій, благодійних зборів чи інформаційних кампаній, коли протягом кількох годин формується спільнота, здатна впливати на публічний порядок денний.

Важливо, що у мережевих просторах зростає роль «колективної оцінки», яка формується через алгоритмічні інструменти. Мережеві платформи продукують ефект суспільного дзеркала, де кожен індивід вимірює власну значущість через колективну реакцію. Така логіка взаємодії формує специфічну систему цінностей, де пріоритет надається не стільки змісту, скільки здатності привертати увагу та викликати миттєву реакцію.

Мережеві спільноти виконують роль нових «ціннісних лабораторій», де відбувається апробація соціально важливих ідей, норм і практик. «Соціальні мережі – це своєрідна форма втілених у життя практик творчого індивідуального та колективного самовираження» [35, с. 26], тож вироблення й циркуляція цінностей у цифровому середовищі безпосередньо пов'язана з активністю користувачів та їхньою участю в цих практиках. Інтернет-комунікація віддзеркалює ширші суспільні процеси, але водночас прискорює їх, створюючи ефект множинності ціннісних виборів. У результаті індивід опиняється в ситуації постійного вибору між численними альтернативами, що стимулює його ціннісну рефлексію.

Як «ціннісні лабораторії» мережеві спільноти діють у різних режимах. Солідаризаційний режим об'єднує користувачів навколо взаємодопомоги, волонтерства і громадянських ініціатив, ідентичнісний режим підтримує мовні, культурні, політичні чи професійні уявлення про належність, репутаційно ринковий режим пов'язаний із самобрендингом, конкуренцією за визнання і перетворенням видимості на ресурс, а рекреаційний режим організує дозвілля, фанкультури та ігрові практики. Ці режими не відокремлені жорстко, проте кожен з них задає різні критерії значущого і різні способи санкціонування відхилень.

Роль мережевих спільнот у формуванні цінностей має суперечливі наслідки. Вони розширюють простір комунікації, сприяють солідаризації навколо важливих суспільних проблем, підвищують рівень громадянської активності. Але з іншого боку, вони можуть призводити до фрагментації ціннісного поля, утворення «інформаційних бульбашок» і радикалізації позиції. Мережеве середовище здатне як підсилювати емпатію та співпрацю, так і провокувати агресію та відчуження.

Мережеві спільноти формують нову конфігурацію колективних цінностей, у якій традиційні норми співіснують із новими символічними практиками, створеними самими користувачами. Вплив цих спільнот на людину мережі полягає у постійному балансі між солідарністю та фрагментацією, між

відкритістю до різних смислів і ризиком замикання у вузьких інформаційних колах.

Вартим окремого підкреслення є часовий вимір мережеских цінностей. Цифрове середовище продукує «швидкі» цінності, що активуються у відповідь на подію, тренд або хвилю мобілізації і живуть у ритмі стрічки, та «довгі» цінності, які утримуються завдяки повторюваним ритуалам спільнот, стабільним правилам взаємодії і тривалим нарративам. Напруження між цими масштабами пояснює, чому мережескі орієнтири одночасно можуть швидко змінюватися і все ж залишатися впізнаваними в основних контурах.

Однією з найгостріших проблем сучасної мережескої культури є питання автономності особистості у формуванні власних цінностей. Цифрове середовище створює враження максимальної свободи вибору, адже користувач може конструювати свою інформаційну стрічку, добирати спільноти, формувати індивідуальний цифровий образ. Проте на практиці ця свобода істотно обмежується алгоритмами платформ, які задають рамки бачення і визначають доступні варіанти вибору.

Алгоритмізовані інформаційні потоки не лише структурують увагу користувачів, але й опосередковано формують їхні ціннісні орієнтації. Тобто, мережеске середовище створює умови, у яких людина часто обирає не стільки вільно, скільки у межах наперед визначеної інформаційної логіки. «Алгоритми рекомендаційних систем відіграють ключову роль у формуванні інформаційного середовища сучасного користувача» [20, с. 151]

Дослідницькі роботи про рекомендаційні механізми платформ доводять, що алгоритми не лише впорядковують інформацію, а й зміщують акценти ціннісного поля, підсилюючи те, що викликає швидку реакцію й утримує увагу. Аналіз алгоритмів YouTube показує, що користувачі поступово опиняються в однорідних смислових середовищах, де повторюваність нарративів і «камери відлуння» впливають на політичні, культурні та моральні орієнтири [20; 35; 23].

Це ставить перед сучасною особистістю питання відповідальності. Ціннісний вибір є критерієм зрілості особистості, адже він передбачає

усвідомлення наслідків власних дій у соціумі. У цифровому контексті така відповідальність набуває нових форм: поширення інформації, участь у публічних дискусіях, реакція на символічні маркери усе це має реальні наслідки для суспільної атмосфери та культурного простору.

Особливістю мережевої культури є феномен «розмитої відповідальності», коли індивід схильний вважати свої дії незначними на тлі масової активності інших користувачів. У мережевому середовищі навіть одиничний акт комунікації, може мати масштабні наслідки завдяки ефекту множинного відтворення. Індивід, який поширює певні ідеї чи символи, фактично бере участь у формуванні колективних ціннісних орієнтацій.

Автономія та відповідальність у віртуальній реальності є взаємопов'язаними. «Мережева людина» постає у ситуації, коли її вибір визначається одночасно особистими переконаннями, впливом цифрових спільнот і алгоритмічною логікою. Від здатності поєднати свободу самовираження з відповідальністю за наслідки своїх дій залежить, чи стане її діяльність у мережі чинником розвитку демократичних, гуманістичних цінностей, чи навпаки, посилить тенденції до маніпуляцій та фрагментації соціуму.

Ціннісна логіка мережі найгостріше проявляється у порогових ситуаціях вибору. До них належать конфлікти між лояльністю до спільноти і власною позицією, рішення про публічну реакцію або мовчання у відповідь на чутливі події, вибір щодо поширення неперевіраних повідомлень у момент емоційного тиску, а також вихід із токсичних груп попри страх втрати належності. Такі ситуації висвітлюють межі автономії мережевої людини і водночас формують її етичну компетентність, адже кожен подібний вибір змінює подальшу траєкторію включення в спільноти [57].

Традиційні уявлення про мораль, соціальність і самореалізацію поступово модифікуються під впливом віртуальних практик, що призводить до появи нових акцентів у структурі цінностей.

Відбувається зміщення акцентів від цінності приватності до цінності публічності. Якщо у традиційному суспільстві захист особистого простору був однією з базових норм, то в мережевій культурі на перший план виходить демонстрація себе через соціальні мережі. Суспільство переходить від культури приватності до культури видимості, де право на визнання здобувається через відкритість особистої інформації. Так, підлітки й молодь нерідко цілеспрямовано викладають у відкритий доступ особисті фото, фрагменти приватного листування чи щоденні переживання, сприймаючи публічність як умову видимості й визнання.

Трансформується цінність авторитету знання. Якщо раніше джерелом істини були наукові та освітні інституції, то в умовах мережевої культури дедалі більшої уваги набуває колективна думка онлайн-спільнот. Це створює ситуацію переходу від вертикального знання до горизонтальних мережових обмінів. Унаслідок цього зростає значення швидкості поширення інформації, але знижується її перевіреність та глибина. У повсякденному вимірі це виявляється у тому, що при виборі товару, освітнього курсу чи навіть політичної позиції користувач нерідко більше довіряє відгукам у соціальних мережах і блогерським оглядам, ніж офіційним експертним джерелам.

Змінюється саме розуміння успіху та соціального статусу. У традиційних суспільних практиках успіх пов'язувався з професійною діяльністю, освітою, соціальною мобільністю. У віртуальній реальності статус часто вимірюється кількістю підписників, «лайків» та медійною присутністю. Мережевий капітал популярності дедалі частіше стає більш значущим, ніж соціальний чи економічний.

Українські дослідження цифрової культури фіксують конвертацію мережевої видимості у конкретні соціальні ресурси: довіру аудиторій, економічні можливості, доступ до спільнот і публічних ролей, здатність мобілізувати людей навколо проєктів. У таких умовах уявлення про успіх дедалі частіше прив'язується до медійної присутності й впливовості, а не лише до професійних досягнень у традиційних інституціях [35; 33; 39].

У сфері етики спостерігається релятивізація моральних норм. Інтернет створює середовище, де співіснують різні ціннісні системи і жодна з них не має абсолютної домінанти. У результаті моральні орієнтири стають ситуативними, а їхня стабільність знижується. Це проявляється, зокрема, у феномені «мережевих баталій» чи «культурних війн», де цінності конструюються й руйнуються залежить від контексту та швидкості інформаційних потоків.

Приклади трансформації цінностей в інформаційну добу демонструють подвійність цього процесу. Відбувається розширення свободи вибору, множинність і відкритість культурних практик, а також, паралельно з цим цінності втрачають стабільність і можуть підмінюватися ситуативними символами успішності чи популярності. До таких символів можуть належати трендові хештеги, вірусні відео чи тимчасові флешмоби підтримки, участь у яких стає маркером «правильних» ціннісних орієнтацій у певній онлайн-спільноті.

Ціннісний вибір людини в інформаційну добу має суперечливі наслідки. Він поєднує свободу самореалізації з ризиком релятивізації й фрагментації базових орієнтирів. Мережа створює простір нових можливостей для особистості, розширюючи горизонти комунікації та самовираження та одночасно зумовлює появу низки суперечностей, що стосуються не лише моральних норм, але й цілісності ідентичності.

У цій ситуації виникає потреба розглянути не тільки потенціал мережевої культури, але й ті небезпеки, які приховує інформаційне середовище. Адже трансформація цінностей, що відбувається в ньому, тісно пов'язана з проблемами ідентичності, маніпулятивними практиками та викликами особистої безпеки.

У межах другого розділу було показано, що трансформація соціальності в цифрову добу відбувається насамперед через мережеві спільноти, які стають базовим середовищем соціалізації, комунікації та солідарності. Вони поєднують добровільність участі, інтересоцентричність, глобальність і горизонтальність взаємодії, завдяки чому людина отримує можливість

конструювати власні соціальні зв'язки поза рамками традиційних інститутів. Водночас така гнучкість супроводжується розмитістю меж між приватним і публічним, фрагментацією соціального простору та появою нових форм нерівності, пов'язаних із доступом до інформаційних ресурсів і здатністю бути видимим у мережевому середовищі.

Паралельно із змінами у структурі соціальності формується новий тип свідомості, тісно пов'язаний з логікою цифрових інфраструктур. Кліпове мислення, медіатизоване сприйняття, залежність від алгоритмічно організованих інформаційних потоків та постійне «переписування» власної ідентичності в онлайн-середовищі створюють специфічну мережеву свідомість. Вона поєднує розширення можливостей самовираження й креативності з ризиками втрати цілісності «Я», послаблення здатності до глибокої рефлексії та зростання залежності від цифрового визнання. Особистість дедалі частіше осмислює себе через призму реакцій мережевих спільнот, що змінює баланс між внутрішніми переконаннями та зовнішніми сигналами схвалення.

У площині ціннісного вибору мережеве середовище постає як простір, де щоденні практики користувача набувають виразного етичного виміру. Алгоритмізовані стрічки, культура видимості, нові формати колективної оцінки й символічного успіху сприяють одночасно розширенню свободи, множинності ціннісних орієнтирів і релятивізації моральних норм. Людина мережі постійно балансує між прагненням до самореалізації та ризиком втрати автономії, між участю в солідарних практиках і замиканням у «інформаційних бульбашках». У результаті постає амбівалентний ціннісний ландшафт, у якому традиційні орієнтири співіснують із новими символічними кодами, виробленими у цифрових спільнотах.

Отже, формування соціокультурних рис «мережевої людини» виявляються у взаємодії трьох взаємопов'язаних вимірів: мережевих спільнот як нового середовища соціальності, мережевої свідомості як специфічної форми осмислення реальності та ціннісного вибору в умовах алгоритмізованих інформаційних потоків. Саме на цьому перетині постає новий соціальний тип

особистості, для якого одночасно характерні розширені можливості комунікації й самовираження та підвищена вразливість до маніпуляцій, втрати цілісності «Я» й порушення особистої безпеки в Інтернеті.

РОЗДІЛ 3. РИЗИКИ ТА НЕБЕЗПЕКИ ДЛЯ ЛЮДИНИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОМУ ПРОСТОРИ

3.1. Ідентичність як гнучка і змінна конструкція в цифровому середовищі

В інформаційну епоху ідентичність виходить на передній план гуманітарних досліджень. «В осмисленні власної ідентичності проявляється стрижень, навколо якого організовується досвід особистості» [9, с. 32]. Якщо раніше уявлення людини про себе ґрунтувалися на відносно стабільних соціальних ролях і усталених нормах, то сьогодні вони формуються у середовищі швидких інформаційних потоків, змінюваних медійних форматів і постійної присутності в онлайн-просторі.

Ідентичність перестає бути раз і назавжди заданою структурою. Вона розгортається як тривалий процес, у якому людина знову і знову перевіряє, ким себе вважає і як її сприймають інші. Цей процес відбувається у взаємодії з платформами, спільнотами, цифровими сервісами, а також із алгоритмами, що керують видимістю контенту. У повсякденних практиках це проявляється, коли користувач змінює стиль спілкування або налаштування приватності на різних платформах і спостерігає, як реакція спільнот впливає на його уявлення про себе.

Онлайн-простір змінює базові рамки повсякденного досвіду. Межі між публічним і приватним стають гнучкішими, часто розмитими. Особисті думки, життєві події, емоційні реакції легко перетворюються на елементи публічного профілю. У таких умовах виникає потреба в новому осмисленні того, що означає «бути собою» під постійним поглядом інших.

Проблема ідентичності в онлайн-середовищі пов'язана передусім з пошуком рівноваги. Людина прагне зберегти автономність і цілісність власного «Я», але водночас змушена враховувати очікування аудиторії, правила платформи, логіку алгоритмів. Самосприйняття формується на перетині

внутрішніх переконань і зовнішніх сигналів визнання чи відторгнення. «Ступінь формальної індивідуалізації у мережі Інтернет залежить від мети ідентифікації та обсягу юридичних прав і обов'язків суб'єктів» [30, с. 94].

Цифрові платформи пропонують привабливий простір самовираження. Користувач створює профіль, публікує тексти, фотографії, відео, ділиться враженнями. Паралельно ці ж дії перетворюються на джерело даних для комерційного чи політичного використання. Так виникає ситуація подвійної відкритості, коли людина одночасно є автором власної історії і об'єктом спостереження.

Ерозія приватності в онлайн-середовищі змінює як соціальні практики, так і внутрішній стан особистості. Усвідомлення того, що майже будь-який крок може бути зафіксований і збережений, породжує напруження. Людина починає планувати поведінку з огляду на можливу реакцію невидимої аудиторії й майбутнє використання інформації поза початковим контекстом. «Цифрова індивідуалізація – це визнання за людиною конкретного, притаманного лише їй цифрового відбитка як учасника цифрових відносин» [38, с. 40].

Відкритість має суперечливі наслідки. Вона полегшує пошук однодумців, створює можливості для взаємної підтримки, участі в громадських ініціативах. Водночас послаблюється відчуття контролю над власним образом. Частина рішень щодо того, що побачать інші, приймається не людиною, а алгоритмами відбору та ранжування інформації.

Мережева доба сприяє фрагментації особистого «Я». Користувач часто поєднує кілька ролей і форматів присутності: професійний профіль, неформальне спілкування, участь у тематичних спільнотах, ігрові середовища. Кожен з цих вимірів задає власні правила поведінки й очікування. У результаті людині складніше відчувати внутрішню єдність, що виходить за межі окремих цифрових ролей. «У гібридному Інтернет-середовищі індивід має змогу конструювати й презентувати новоутворений образ «Я»» [24, с. 179].

Додатковим чинником стають віртуальні взаємодії. Значна частина контактів у мережі відбувається без безпосередньої тілесної присутності, через

аватари, ніки, умовні зображення. Це дає свободу експериментувати з власним образом. Виникає ризик віддалення від власного тілесного досвіду й повсякденної реальності, коли головним маркером існування стають цифрові сліди.

Самопрезентація в онлайн-середовищі перетворюється на важливу умову соціальної участі. Людина постійно вирішує, що саме показати, а що залишити поза кадром, які події життя зробити видимими, а які не виносити на публіку. Оцінка цієї діяльності з боку інших часто набуває форми кількісних індикаторів: лайків, коментарів, переглядів, підписників.

Залежність від таких індикаторів впливає на самооцінку. Схвальна реакція короткочасно підсилює відчуття значущості, тоді як її відсутність може викликати тривогу, сумніви у власній цінності, прагнення будь-якою ціною привернути увагу. Автентична саморефлексія поступається місцем орієнтації на публічний відгук, а образ себе дедалі більше конструюється під потреби аудиторії.

Одним із характерних проявів цієї динаміки є феномен FOMO (страх бути «не в темі»). Людина боїться пропустити важливу подію, новий тренд або значущий сигнал від спільноти. Постійна потреба перевіряти стрічку, реагувати на повідомлення й оновлення формує відчуття, ніби тимчасове «вимкнення» з мережі дорівнює втраті соціальної присутності.

Така логіка поведінки призводить до виснаження. Вимога завжди бути доступним і помітним створює психологічний тиск, підриває здатність до зосередженої роботи й глибокого внутрішнього осмислення досвіду. Ідентичність дедалі сильніше пов'язується не з внутрішнім розвитком, а з підтриманням привабливого зовнішнього образу.

Алгоритмізація цифрової взаємодії посилює описані тенденції. Системи рекомендацій, персоналізовані стрічки новин, механізми пошуку структурують те, що людина бачить у мережі. Вони визначають теми, які потрапляють у коло уваги, і рамки, в яких ці теми подаються. Таким чином, можливості для самопізнання та презентації себе опиняються в межах, заданих технічними

системами. «У цифровому просторі на перший план виходить «цифрова ідентичність», яка стає ключовим елементом взаємодії людини з сучасним світом» [5, с. 203].

Персоналізація контенту створює ефект інформаційних «коконів». Користувач частіше стикається з поглядами, близькими до власних, рідше з альтернативними позиціями. Це ускладнює критичний перегляд власних переконань, підсилює поляризацію, сприяє формуванню замкнених спільнот. У такому середовищі зростає ризик алгоритмічного ув'язнення, коли горизонти особистісного розвитку обмежені конфігурацією цифрового профілю.

Цифрові нерівності проявляються і на рівні символічного впливу. Ті, хто краще розуміє принципи роботи платформ і має ресурси для створення помітного контенту, здатні значно посилювати свою присутність. Інші залишаються переважно споживачами інформації, яка формує їхній погляд на реальність. Відтак ідентичність залежить не тільки від особистих зусиль, а й від алгоритмічного статусу людини в мережі. У цьому контексті, наприклад, блогери, медіапроекти чи офіційні сторінки інституцій, які мають фахові команди та бюджети на просування, здатні значно легше формувати порядок денний, ніж звичайні користувачі, що лише реагують на вже створений контент.

Сучасна інформаційна сфера стає полем стратегічного впливу. Людина в ній нерідко виступає не як самостійний суб'єкт, а як об'єкт маніпуляцій. Її увага, довіра, емоції можуть перетворюватися на ресурс політичних, економічних чи ідеологічних кампаній. Інформаційні війни в онлайн-середовищі безпосередньо стосуються того, як люди розуміють себе і своє місце у спільноті.

Механізми такого впливу спираються на технологічні можливості й психологічні особливості сприйняття. Алгоритми поширюють емоційно насичений контент, який легко запам'ятовується і часто повторюється. Новини, меми, короткі відео формують емоційне тло, на якому людина інтерпретує

суспільні події. У результаті раціональна рефлексія поступається місцем швидким емоційним реакціям.

Особливо гостро вразливість ідентичності проявляється в умовах гібридних конфліктів. Дезінформаційні кампанії, створення фейкових сторінок, керованих спільнот і мереж ботів спрямовані на підрив довіри до інституцій, руйнування відчуття належності до спільноти, зміну уявлень про минуле й майбутнє. Об'єктом атаки стають не лише політичні позиції, а й базові цінності та образ себе як громадянина.

У такому контексті знання про механізми інформаційного впливу, медіаграмотність і навички критичного мислення набувають екзистенційного виміру. Вони стають засобами захисту власної ідентичності від маніпулятивного втручання, інструментами збереження внутрішньої автономії в умовах постійного інформаційного тиску.

Національна ідентичність у цифрову добу зазнає суттєвих змін, але не втрачає значення. Онлайн-середовище об'єднує людей, які живуть у різних країнах, але відчують належність до однієї культурної спільноти. Поряд із територіальними й правовими ознаками зростає роль символічних елементів: мови, історичної пам'яті, колективних наративів, що циркулюють у мережі.

Цифрові платформи стають ареною, де національні уявлення стикаються з глобальними культурними моделями. Алгоритми часто віддають перевагу уніфікованому, легко відтворюваному контенту. Складні, локально забарвлені смисли можуть опинитися на периферії видимості. Це створює ризик розмивання культурної своєрідності та послаблення відчуття історичної тяглості.

Інформаційні атаки, спрямовані проти національної ідентичності, використовують можливості цифрового середовища для конструювання альтернативних версій реальності. Маніпулятивні інтерпретації історичних подій, дискредитація символів, поширення рейкових наративів мають на меті підірвати довіру до власної спільноти й посіяти сумнів у легітимності її існування.

Попри це, онлайн-простір відкриває й важливі можливості для підтримки та оновлення національної ідентичності. Мережеві спільноти, волонтерські ініціативи, цифровий активізм, культурні проєкти дозволяють поєднувати зусилля людей, які поділяють спільні цінності. У сучасній Україні це виявляється у практиках цифрового патріотизму, солідарних інформаційних кампаніях, координації дій у просторі мережі.

У підсумку ідентичність у онлайн-просторі постає як нестабільний, але продуктивний процес. Вона формується на перетині особистого досвіду, технічних обмежень, алгоритмічних рішень і колективних наративів. Для «мережевої людини» завданням стає не віднайти раз і назавжди фіксований образ «Я», а навчитися відповідально керувати власною присутністю в цифровому середовищі, поєднуючи відкритість із турботою про внутрішню цілісність.

3.2. Управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті

Управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті стає однією з центральних задач для мережевої людини. Щоденна присутність в он-лайн просторі пов'язана не лише з новими можливостями, а й з реальними загрозами для даних, психічного стану та соціальної репутації «...віртуальний простір давно став майданчиком розповсюдження прямої (відкритої) і прихованої (латентної) віртуальної агресії» [13, с. 3].

Йдеться не про повну відмову від цифрових технологій, а про формування зрозумілої системи дій, яка допомагає зменшувати ймовірність шкоди і пом'якшувати наслідки небажаних подій.

Щоб говорити про управління ризиками, важливо розрізнити базові поняття. Загроза позначає потенційне джерело шкоди, наприклад, шкідливе програмне забезпечення, агресивну комунікацію чи шахрайські схеми. Вразливість означає ті риси, ситуації або поведінки людини, які роблять її відкритою до цієї загрози, наприклад, використання одного пароля для всіх

сервісів або звичка переходити за випадковими посиланнями. Ризик пов'язаний з поєднанням загрози та вразливості, тобто з імовірністю того, що небажана подія справді відбудеться і матиме негативні наслідки.

Особисту безпеку в Інтернеті часто зводять до технічних аспектів, однак управління ризиками має більш широкий характер. «Інформаційна безпека людини і суспільства, базується на нормах природного права і вимірюється ступенем свободи від втручання держави та інших осіб» [18, с. 167]. Воно охоплює не тільки захист пристроїв і акаунтів, а й уважне ставлення до інформації, яку людина споживає і поширює, до способу спілкування з іншими, до власного емоційного стану. Для мережевої людини важливо навчитися бачити, як пов'язані між собою різні виміри ризику, щоб не обмежуватися окремими порадами, а вибудувувати цілісний підхід.

Умовно можна виділити кілька основних груп ризиків особистої безпеки. Інформаційні ризики пов'язані з дезінформацією, маніпулятивними повідомленнями, витоком особистих даних. Технічні ризики стосуються зламу акаунтів, встановлення шкідливих програм, блокування доступу до важливої інформації. Психологічні та соціальні ризики пов'язані з кібербулінгом, хейт-кампаніями, нав'язливим контролем, залежністю від мережі. У реальному житті ці групи переплітаються, і саме тому управління ризиками вимагає комплексного бачення.

Сутність управління ризиками полягає в послідовному циклі дій. Спочатку людина має виявити потенційні загрози, з якими стикається у своїх повсякденних онлайн-практиках. Далі потрібно оцінити, наскільки ці загрози ймовірні та які наслідки вони можуть мати. Наступним кроком стає вибір способів зменшення ризику, тобто запобіжних заходів. Важливо також мати план дій на випадок, якщо небажана подія все ж трапилась, і надалі враховувати отриманий досвід, коригуючи власні правила поведінки. Наприклад, після отримання підозрілого листа з вимогою терміново оновити пароль користувач може проаналізувати, як він опинився у списку розсилки,

змінити паролі на важливих сервісах і доповнити власні правила заборонаю переходити за подібними посиланнями.

На індивідуальному рівні управління ризиками починається з базових навичок цифрової гігієни. «Цифрова гігієна – це правила поведінки в Інтернеті, вміння споживати інформацію дозовано, фільтрувати її та дотримуватись правил кібербезпеки» [44, с. 75]. Йдеться про використання надійних і різних паролів для важливих сервісів, регулярне оновлення програмного забезпечення, обережне ставлення до підозрілих листів та повідомлень, уважну перевірку адрес сайтів. Такі кроки не вимагають спеціальної технічної освіти, проте суттєво зменшують вразливість людини до типових технічних атак.

Важливою складовою є керування власною цифровою присутністю. Людина самостійно вирішує, яку інформацію про себе робити доступною іншим, а яку залишати в приватному полі. Налаштування конфіденційності у соціальних мережах, обмеження публікації даних про місцезнаходження, уважне ставлення до того, які фотографії та коментарі залишаються у відкритому доступі, допомагають зменшити ризики переслідування, шантажу або небажаної уваги.

Управління ризиками включає й психологічний вимір. Тривале перебування в онлайн-просторі, постійний потік новин, конфліктні дискусії, порівняння себе з іншими можуть призводити до виснаження, тривоги, відчуття меншовартості. Усвідомлене регулювання часу в мережі, перерви без гаджетів, вміння розпізнавати емоційно маніпулятивний контент і не включатися в деструктивні дискусії є важливою частиною особистої безпеки. У повсякденному житті це може проявлятися як звичка перед сном прокручувати стрічку новин і прокидатися з відчуттям напруги та виснаження.

Медіаграмотність та критичне мислення виступають ключовими інструментами зниження інформаційних ризиків. «Хто говорить», «з якою метою це повідомлення поширюється», «чи можна підтвердити цю інформацію з інших джерел» допомагають не ставати мішенню маніпуляцій. «Тільки суспільство, що володіє медіаграмотністю, здатне ефективно протистояти

інформаційним загрозам, розвиваючи при цьому здоровий рівень скептицизму та відповідальності» [43, с. 74]. Користувачеві варто звикнути перевіряти джерела інформації, звертати увагу на ознаки фейкових повідомлень, співвідносити емоційні реакції з фактичними даними.

Управління ризиками особистої безпеки не обмежується діями окремої людини. Важливу роль відіграє найближче соціальне оточення. У родині, де відкрито обговорюють правила користування Інтернетом, простіше запобігати небезпечним ситуаціям, пов'язаним із дітьми та підлітками. Підтримувальна атмосфера сприяє тому, що людина швидше ділиться досвідом кібербулінгу чи шахрайських контактів і не залишається наодинці з проблемою.

Освітні інституції мають значний потенціал у формуванні культури безпеки: «безпека освітнього процесу», «безпечне освітнє середовище» та «культура безпечної поведінки», що пов'язані з поняттям «безпека людини» [45, с. 111]. Школа і університет можуть включати до навчальних програм обговорення реальних кейсів, пов'язаних з витоком даних, онлайн-переслідуванням, небезпечними челенджами. Коли молодь не лише отримує правила, а й розмірковує над прикладами, аналізує наслідки рішень, формується здатність самостійно оцінювати ризики і брати відповідальність за свою поведінку в мережі.

Важливим ресурсом стають спільноти підтримки у мережі. Тематичні групи, громадські ініціативи, волонтерські проекти, які просувають безпечну поведінку в Інтернеті, дають можливість мережевій людині не почуватися самотньою перед цифровими загрозами. Участь у таких спільнотах сприяє обміну досвідом, пошуку перевірених рекомендацій і зміцненню відчуття солідарності перед обличчям інформаційних та психологічних атак. Досвід показує, що відкрите обговорення підозрілих ситуацій, шахрайських повідомлень чи проявів хейту допомагає швидше виявляти загрози та виробляти колективні стратегії реагування, а людина може спиратися на досвід інших, а не залишатися наодинці з проблемою.

Не менш важливою є відповідальність платформ та компаній, які надають цифрові послуги. Політика конфіденційності, інструменти налаштування доступу, механізми скарг і блокування небезпечного контенту значною мірою визначають, наскільки безпечним буде середовище для окремої людини. Прозорість правил, зрозумілі інтерфейси, підтримка з боку модераторів зменшують навантаження на користувача і допомагають ефективніше реагувати на загрози.

Важливу роль у системі управління ризиками відіграє держава. «Інформаційна безпека, кібербезпека, захист персональних даних, недоторканність особистого життя та прав користувачів цифрових технологій, зміцнення та захист довіри у кіберпросторі є невід’ємними передумовами» [16, с. 4]. Правові механізми захисту персональних даних, протидія кіберзлочинності, регулювання діяльності платформ створюють рамки, у межах яких відбувається повсякденна мережна активність. Водночас покладатися лише на державні інституції було б недоцільно. Особиста безпека в Інтернеті потребує поєднання індивідуальної відповідальності, професійних стандартів компаній і адекватного правового поля.

Для України управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті набуває особливого значення в умовах війни та гібридної агресії. Кібернапади, спроби зламати акаунти, фішингові кампанії, цілеспрямоване поширення дезінформації створюють додаткові загрози як для окремих людей, так і для суспільства загалом. У таких умовах цифрова гігієна, обережне ставлення до підозрілих повідомлень, уважність до налаштувань конфіденційності стають не лише особистим вибором, а й елементом громадянської відповідальності. «Право на цифрову безпеку передбачає захист від різних загроз у цифровому середовищі – від хакерських атак та крадіжки даних до різних форм цифрового насильства (кібербулінгу, сталкінгу тощо)» [42, с. 85].

Волонтерські ініціативи, інформаційні кампанії, просвітницькі проєкти в українському сегменті Інтернету демонструють, що управління ризиками може здійснюватися і «знизу». Люди самостійно організовуються для протидії

ворожим інформаційним операціям, створюють інструкції з цифрової безпеки, діляться досвідом безпечного використання месенджерів і соціальних мереж. Така активність підтримує не лише технічну, а й психологічну стійкість спільноти.

Загалом культура безпечної поведінки в Інтернеті формується поступово. Вона включає поєднання знань про можливі загрози, конкретних навичок поводження з інформацією і технологіями, а також ціннісних орієнтирів, пов'язаних з повагою до себе і до інших. Для мережевої людини важливо не впадати в паніку і не будувати взаємини з цифровим середовищем на страху, а виробляти реалістичні, зрозумілі і відтворювані правила, які дозволяють зберігати автономність і гідність.

Управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті можна розглядати як невід'ємну частину ширшої культури відповідального користування технологіями. Воно допомагає поєднати відкритість до нових комунікаційних можливостей із турботою про власні межі. Такий підхід дає мережевій людині змогу не лише уникати небезпек, а й усвідомлено використовувати цифрові ресурси для саморозвитку, підтримки інших і побудови стійких форм спільноти.

Практичний вимір управління ризиками передбачає регулярну самооцінку власних звичок у мережі. Людина може періодично запитувати себе, які сервіси справді потрібні, чи не зберігаються на пристроях зайві додатки, наскільки прозорими є її акаунти для малознайомих людей. Людина має звернути увагу на те, як часто вона ділиться особистою інформацією, які налаштування конфіденційності використовує, чи перевіряє джерела отриманої інформації. Такий перегляд повсякденних практик не потребує великих ресурсів, проте допомагає виявляти слабкі місця до того, як ними скористаються зловмисники.

Окрему увагу варто приділити межі між особистим і професійним використанням Інтернету. Для багатьох видів діяльності робочі листування, відеоконференції, спільні хмарні документи стали невіддільною частиною повсякденної праці. Невдале поводження з паролями, змішування робочих і

приватних каналів спілкування, зберігання конфіденційної інформації на особистих пристроях створюють ризики як для працівника, так і для організації. Тому роботодавці мають формувати зрозумілі політики цифрової безпеки і навчати співробітників дотримуватися їх на практиці.

Рівень особистої безпеки залежить також від того, як людина поєднує онлайн та офлайн контакти. Надмірне перенесення важливих життєвих рішень у мережу, покладання лише на оцінки й реакції онлайн-аудиторії може послаблювати реальні зв'язки і підтримку. Збереження живих зустрічей, розмов у вузькому колі, часу на особисті захоплення поза гаджетами створює баланс, який захищає від психологічного виснаження і сприяє більш стійкій ідентичності.

Стійке управління ризиками передбачає не одноразові дії, а тривалий процес. Правила безпеки, які здавалися достатніми кілька років тому, сьогодні можуть виявитися застарілими. Тому мережевій людині важливо підтримувати базову обізнаність про нові типи загроз, час від часу оновлювати свої звички, критично переглядати рекомендації і не сприймати жоден набір порад як завершений. Така динамічна позиція дає змогу зберігати особисту безпеку в умовах швидких технологічних змін. «Безпека людини і права людини є тісно пов'язаними. Вона базується на забезпеченні прав людини, а також враховує права людини «третього покоління»» [1, с. 43].

Наступним етапом стає формування індивідуальних правил безпечної поведінки в онлайн-просторі. Йдеться про звички, що повторюються день у день, наприклад використання різних паролів для важливих сервісів, уважне ставлення до підозрілих посилань, обмеження кола осіб, які мають доступ до особистих профілів. Якщо такі правила закріплюються у повсякденному досвіді, вони починають виконувати роль своєрідних «автоматизмів безпеки», що знижують рівень ризику без постійних свідомих зусиль.

Окремої уваги потребує робота з емоційною складовою цифрової присутності. Рішення, ухвалені у стані сильного збудження, образи або страху, часто виявляються найбільш уразливими з точки зору особистої безпеки.

Поширення конфіденційної інформації, імпульсивні відповіді на провокації, участь у конфліктах можуть мати наслідки, які важко контролювати. Навички емоційної саморегуляції, вміння зробити паузу перед публікацією або відповіддю стають важливим елементом управління ризиками.

Важливим є і усвідомлення меж між особистим, професійним та громадським життям у мережі. Для багатьох людей одна і та сама платформа поєднує сімейне спілкування, робочі контакти й участь у суспільних дискусіях. Якщо не розрізняти ці рівні, існує небезпека, що інформація, призначена для вузького кола, буде використана в іншому контексті. Тому доцільно створювати окремі канали комунікації, налаштовувати різні рівні доступу й уважніше ставитися до того, хто саме є потенційним адресатом повідомлення.

Управління ризиками пов'язане також із здатністю визнавати помилки й виправляти їх. Навіть уважний користувач може опинитися у ситуації, коли повідомлення надіслано не тому адресатові, оприлюднено надто багато даних або відкрито доступ до небажаного контенту. Важливо вчасно помітити такі випадки, змінити налаштування, видалити небезпечну інформацію, звернутися по допомогу до адміністрації сервісу або до фахівців і поінформувати тих, кого це може стосуватися. Готовність діяти проактивно знижує шкоду від вже здійснених необачних кроків та перетворити негативний досвід на ресурс навчання.

Не можна обмежувати управління ризиками лише технічною чи індивідуальною площиною. Значення має й правова обізнаність користувача. Розуміння того, які дії у мережі є порушенням закону, як захищаються персональні дані, які механізми відповідальності передбачені для зловмисників, дозволяє впевненіше захищати власні права. Базові знання про інструменти фіксації правопорушень, процедури звернення до правоохоронних органів або адміністрацій платформ розширюють можливості протидії загрозам. На практиці це може означати, що користувач зберігає скріншоти образливих повідомлень чи шахрайських пропозицій, щоб у разі потреби мати можливість надати їх як доказ.

В українському контексті до цих аспектів додається досвід повномасштабної війни. Користувачам доводиться враховувати не лише індивідуальні, а й колективні ризики, пов'язані з поширенням чутливої інформації про переміщення військ, роботу критичної інфраструктури чи наслідки обстрілів. Управління ризиками особистої безпеки тут тісно пов'язане з відповідальністю перед спільнотою, адже необережна публікація може створювати загрозу для інших людей.

Окрема група ризиків стосується взаємодії з дітьми й підлітками в онлайн-середовищі. Дорослі користувачі мають усвідомлювати, що їхні дії та висловлювання стають для молодших поколінь нормативним взірцем поведінки. Тому важливо демонструвати приклад відповідального ставлення до інформації, поваги до приватності інших, коректного обговорення складних тем. Спільний розгляд потенційно небезпечних ситуацій, розмова про маніпуляції, кібербулінг і шахрайство допомагають дітям краще розуміти ризики й не залишатися наодинці зі своїми страхами.

Довгострокове управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті вимагає системного підходу. Йдеться не про разову акцію чи тимчасову кампанію, а про формування культури поводження з інформацією, даними і власною присутністю в онлайн-просторі. Коли уважне ставлення до приватності, критичне мислення, солідарність у спільнотах та правова обізнаність закріплюються як повсякденні практики, рівень вразливості до загроз помітно зменшується, а відчуття безпеки перестає бути лише індивідуальною турботою.

Отже, інформаційно-мережеве середовище перетворює ідентичність «мережевої людини» на динамічну конфігурацію цифрових слідів, ролей і взаємодій. Гнучкість такої ідентичності поєднується з уразливістю: межі приватного й публічного розмиваються, а сприйняття себе дедалі більше залежить від алгоритмічно організованих стрічок, кількісних індикаторів уваги й настроїв мережевих спільнот. Дезінформаційні кампанії, мережеві форми агресії, бот-мережі й токсичні спільноти одночасно б'ють по особистісному

«Я» та по символічних ресурсах національної спільноти, що особливо загострюється в умовах повномасштабної війни.

Управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті постає як багаторівневий процес, де технічні налаштування безпеки, цифрова гігієна, медіаграмотність, емоційна саморегуляція та правова обізнаність мають працювати не ізольовано, а як цілісна стратегія. Вирішальним стає не набір разових рекомендацій, а внутрішнє привласнення безпечних практик, коли користувач послідовно оцінює інформаційні джерела, обмежує надмірну видимість, передбачає наслідки власних дій у мережі й уміє шукати підтримку в разі загроз.

ВИСНОВКИ

Дослідження феномену «мережевої людини» показало, що цифровізація суспільства та глобальна інформатизація вплинули на перебудову структури суб'єктності. «Мережева людина» – це індивід, чия соціальна ідентичність, соціальні зв'язки та соціальні практики формуються всередині цифрових мереж і через них та залежать від платформних інфраструктур, медійних форматів і алгоритмічного посередництва.

Аналіз особливостей різних форм взаємодії людини в мережі Інтернет дозволяє нам стверджувати, що нова суб'єктивна соціальність формується в основному через інтерактивну участь у флешмобах, коментарях, репостах; засвоєння культурних кодів через цифрові медіа, тренди, меми; залучення до соціальної активності через лайки, бєджі та інші ігрові механізми; створення образу себе через аватари, візуальні репрезентації та під дією різних форм психологічного впливу (повторюваність меседжів, гейміфікацію та ін.).

Сутнісними рисами «мережевої людини» є широкий і різномірний набір зв'язків, мозаїчність сприйняття та звичка до коротких комунікативних циклів, гнучкість і мобільність уваги, здатність легко переключатися між ролями, безперервне редагування «Я» між «справжнім» і «сконструйованим», фрагментована ідентичність, інструментальність цифрових практик, прагматизм у взаємодіях, парасоціальна видимість та відкритість

Дослідження особливостей комунікації і взаємодії індивідів в мережі Інтернет дозволили нам розкрити процес формування «мережевої людини» в триєдиній площині: онтологічній (існування в режимі постійної присутності, нові форми презентації себе та постійне оновлення особистості через цифрові взаємодії), епістемологічній (мозаїчне знання через кліки, візуальні патерни, переходи; формування знань через тренди) та комунікативній (мережеві практики спілкування, цифрова соціалізація, нові коди соціальної взаємодії). Та з'ясувати, що роль базового середовища соціалізації відіграють мережеві спільноти, цифрове самоконструювання та алгоритмічна селекція досвіду.

Розгляд ризиків та небезпек для людини в сучасному інформаційно-цифровому просторі дозволив з'ясувати, що він одночасно підсилює і суб'єктність, і вразливість людини. Виділено щонайменше три взаємопов'язані групи ризиків: інформаційні (дезінформація, пропаганда, мова ворожнечі, токсичні спільноти, інформаційні атаки на індивідуальну й колективну ідентичність), технічні (несанкціонований доступ, витоки персональних даних, цифрове стеження, використання слідів активності у ворожих цілях) і психологічно-соціальні (кібербулінг, хейтизм, залежні моделі користування, вигорання, самотність попри постійну підключеність). В умовах війни Росії проти України ці ризики набувають додаткового безпекового виміру, оскільки мережеві платформи стають простором боротьби за інтерпретацію реальності, деморалізацію спільнот та підрив довіри.

В дослідженні показано, що управління ризиками особистої безпеки в Інтернеті постає як комплексна стратегія, що виходить далеко за межі технічних інструкцій. Йдеться про поєднання цифрової гігієни (уважне налаштування приватності, обмеження надмірної видимості, відповідальне ставлення до власного цифрового сліду), медіаграмотності (уміння розпізнавати маніпуляції, працювати з джерелами, не піддаватися емоційним провокаціям), психологічної стійкості (саморегуляція, усвідомлення власних тригерів, готовність звертатися по допомогу) та правової обізнаності. Родина, освітні інституції, професійні спільноти, держава й платформи можуть створювати рамки підтримки, проте ключовою ланкою залишається сама «мережева людина», яка внутрішньо привласнює безпечні практики й оцінює наслідки власних дій у цифровому середовищі.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на емпіричне вивчення моделей цифрової ідентичності в різних вікових і соціальних групах, аналізі трансформацій ціннісних орієнтацій мережевої молоді та розробку освітніх і соціальних практик, здатних підтримувати культуру безпечної, відповідальної й солідарної присутності людини в інформаційно-мережевому просторі

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави: монографія/за ред. С. О. Гнатюка. Київ: НДІ інформатики і права НАПрН України, 2018. 408 с.
2. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція/пер. з фр. В. Ховхун. Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.
3. Бондаренко О. О. Трансформація ціннісних орієнтацій українського суспільства в контексті соціокультурних змін початку ХХІ століття. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. Журнал*, 2025. № 2. С. 99–106.
4. Борінштейн Є. Р., Городнюк Л. С. Філософсько-антропологічний феномен Homo Digitalis як онтологічної системи «людина–гаджет». *Дослідження з історії і філософії науки і техніки*, 2024. Т. 33, № 1. С. 16–21.
5. Булеца С. Б. Digital identity та відшкодування моральної шкоди в епоху цифрових технологій. *Аналітично-порівняльне правознавство*, 2025. № 3 (ч. 1). С. 201–205.
6. Булеца С. Б. Віртуальна ідентичність та віртуальна конфіденційність як особисте немайнове право. *Аналітично-порівняльне правознавство*, 2025. № 2. С. 243–252.
7. Бурдьє П. Соціальний простір: поля та практики /пер. з фр. О. Ярош, Н. Швед. Київ: Ніка-Центр, 2007. 384 с.
8. Волинець В. О. Віртуальна реальність у соціокультурному просторі сучасності. *Культура України. Серія: Культурологія*, 2016. Вип. 52. С. 120–128.
9. Волинець В. О. Ідентичність особистості та специфіка її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2021. № 2. С. 31–36.
10. Ворона В.М. Соціологічні нариси політ економа. Київ: Інститут соціології НАН України, 2020. 400 с.

11. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2023. № 3. С. 39–44.
12. Гончарова А. В. Елементи цифрової ідентичності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серії: Право*, 2024. Вип. 83. Ч. 1. С. 187–191.
13. Грубі Т. В. Кібербулінг як новітня форма віртуальної агресії. *Проблеми формування цінностей у вищій і загальноосвітній школі*, 2018. Вип. 62. С. 75–82.
14. Гурова І.В. Мережеве суспільство як новітній глобальний проєкт розвитку людства. *Humanistic expertise as a strategy for developing the future culture: Scientific monograph*. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2022. pp.43-66. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-262-3-3>
15. Дзьобань О. П., Жданенко С. Б. Множинна ідентичність особистості у мережеских умовах: до антропологічних засад інформаційного права. *Інформація і право*, 2020. № 3 (34). С. 34–44.
16. Дорош С. І., Василенко С. В. Підвищення цифрової стійкості суспільства на основі розвитку цифрових компетентностей. *Економіка та держава*, 2023. № 7. С. 4–9.
17. Зернецька О. В. Глобальна комунікація. Київ: Наукова думка, 2017. 350 с.
18. Золотар О. О. Інформаційна безпека людини: теорія і практика. Київ: Національна академія Служби безпеки України, 2018. 216 с.
19. Калашнікова Л. В., Безуглова В. Д. Проблеми структурно-функціонального аналізу комунікативного потенціалу соціальних онлайн-мереж. *Габітус*. Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2022. № 39. С. 43–48.
20. Кирилова О. В., Хотюн Л. В. Вплив алгоритмів ютубу на інформаційну ізоляцію: аналіз рекомендаційного механізму. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 2025. Вип. 3. С. 151–158.

21. Ковальов О. Г. Від Homo faber до Homo digitalis: перспективи творчого розвитку особистості в цифрову добу. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*, 2022. № 4 (87). С. 17–21.
22. Конюкова І. Я., Сидоровська Є. А. Тенденції розвитку міжкультурної комунікації в соціальних мережах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2022. № 4. С. 21–25.
23. Костенко Н. В. Мережева комунікація: алгоритмічний і ризикований зв'язок. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 2020. № 2. С. 5–23.
24. Краснякова А. О. Мережа Інтернет як комунікативний простір національної та громадянської самоідентифікації кіберпокоління. *Проблеми політичної психології*, 2015. Вип. 1 (15). С. 176–184.
25. Кулик Є. В. Бібліотечні засоби формування інформаційно-мережевої компетентності користувачів у віртуальному середовищі. *Бібліотечний вісник*, 2014. № 2. С. 17–23.
26. Култаєва М. Д. Homo digitalis, дигітальна культура і дигітальна освіта. *Філософія освіти*, 2020. Т. 26, № 1. С. 8–36.
27. Культура віртуального спілкування: метод.-бібліогр. матеріали /уклад.: Є. Кулик, О. Бартош ; ред.: В. Кучерява, С. Чачко ; консультант Т. Якушко. Київ, 2010. 65 с.
28. Ломачинська І. М. Бібліотеки та архіви в цифрову епоху : соціальні мережі як інструмент збереження національної пам'яті. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 2024. Вип. 47. С. 164–170.
29. Ломачинська І. М., Рихліцька О. Д. Виклики соціальних мереж у формуванні ціннісних орієнтирів українського інтернет-покоління. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, політологія, соціологія*, 2025. № 1 (64). С. 147–158.
30. Мічурін Є. О. Ідентифікація і індивідуалізація фізичної особи у комп'ютерній мережі Інтернет: правові аспекти. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Право»*, 2022. Вип. 34. С. 91–96.

31. Міщенко М. М. Usergeneratedcontent як особливість інтернет-культури. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*: збірник тез XXV міжнародної науково – практичної конференції, 17–19 травня 2017 року, м. Харків. Ред. Є. І. Сокол. Харків: НТУ «ХП», 2017. С. 299. URL: http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/5463/1/tez_mic_17_IV.pdf (дата звернення: 24.06.2025).
32. Міщенко М. О. Нові ролі людини на тлі сучасного простору екрана. *Культурологічна думка*. Київ: Інститут культурології НАМ України, 2019. № 16. С. 46–53.
33. Петрук О. М. Особливості сучасних молодших школярів: орієнтири для навчальної взаємодії. *Український педагогічний журнал*, 2024. № 1. С. 132–140.
34. Петрунько О. В. Коучинг як метод розвитку професійних компетенцій менеджерів в умовах гейміфікації бізнесу. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2024. № 4 (76). С. 306–312.
35. Поплавський М. М. Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс. *Український інформаційний простір*, 2020. № 1. С. 12–27.
36. Рябчук М.Ю. Долання амбівалентності. Дихотомія української національної ідентичності – історичні причини та політичні наслідки: монографія/НАН України, Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. 252 с.
37. Сохань Л. В., Сохань І. П. Час Нового Світу і Людина: глобальні ризики цивілізації і пошук шляху: соціологічні нариси. Київ: ВІПОЛ, 2001. 132 с.
38. Стефанчук Р. О. Інформаційні технології та право: Quovadis?. *Право України*, 2018. № 1. С. 30–50.
39. Стьопкіна А. В., Стьопкін В.В., Трубник І. Інтернет як засіб впливу інформаційних технологій на ціннісні орієнтації молоді. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2021. № 4 (108). С. 362–372.
40. Токарева В. О. Щодо питання цифрової ідентичності у мережі Інтернет. *Приватне і публічне право*, 2022. № 4. С. 35–40.

41. Трач Ю. В. Соціокультурна взаємодія в Інтернет-просторі. *Питання культурології*, 2017. Вип. 33. С. 206–213.
42. Чалчинський А. А. Конституційно-правове забезпечення прав людини в умовах цифровізації. Київ: Ваіте, 2024. 299 с.
43. Чертов В. І. Медіаграмотність як інструмент розпізнавання інформаційних ризиків. *Актуальні підходи до охорони праці в професійній освіті. Концепція «Безпека 360 градусів»*. Матеріали всеукраїнської науково-практичної інтернет - конференції, 24 жовтня 2024 року. м. Біла Церква. Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти. Біла Церква, 2024. С. 70–74.
44. Шаповал С. Л. Цифрова гігієна як складова безпеки молоді. *Актуальні підходи до охорони праці в професійній освіті. Концепція «Безпека 360 градусів»*. Матеріали всеукраїнської науково-практичної інтернет - конференції, 24 жовтня 2024. м. Біла Церква. Білоцерківський інституту неперервної професійної освіти. Біла Церква, 2024. С. 75–76.
46. Bakshy E., Messing S., Adamic L. A. Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*, 2015. Vol. 348, No. 6239. P. 1130–1132.
47. Bauman Z. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000. 228 p.
48. Beer D. *Metric Power*. Palgrave Macmillan, 2016. 233 p.
49. Boyd d. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. *Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge, 2010. P. 39–58.
50. Castells M. *The Rise of the Network Society. Economy, Society and Culture*. URL: https://urb.bme.hu/wp-content/uploads/2014/05/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.compressed.pdf (дата звернення: 11.11.24).
51. Colak M., Sireli Bingol O., Dayi A. Self-Esteem and Social Media Addiction Level in Adolescents: The Mediating Role of Body Image. *Indian Journal of Psychiatry*, 2023. Vol. 65, No. 5. P. 595–600.
52. Davenport T. H., Beck J. C. *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. MA: Harvard Business School Press, 2001. 272 p.

53. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. URL: https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf (дата звернення: 21.11.2024).
54. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006. 336 p.
55. Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. Oxford University Press, 2005. 301p.
56. Law J. Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy, and Heterogeneity. URL: <https://www.lancaster.ac.uk/fass/resources/sociology-online-papers/papers/law-notes-on-ant.pdf> (дата звернення: 9.02.2025).
57. Marwick A. E., Boyd d. I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 2011. Vol. 13, No. 1. P. 114–133.
58. McLoughlin K. L., Brady W. J., Goolsbee A. Misinformation Exploits Outrage to Spread Online. *Science*, 2024. Vol. 386, No. 6725. P. 991–996.
59. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. URL: <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf> (дата звернення: 12.12.2024).
60. Montag C., Diefenbach S. Towards Homo Digitalis: Important Research Issues for Psychology and the Neurosciences at the Dawn of the Internet of Things and the Digital Society. *Sustainability*, 2018. Vol. 10, No. 2. 415p.
61. Nguyen L., Walters J., Paul S., Feelings, and Focus: A Systematic Review and Meta-Analysis Examining the Cognitive and Mental Health Correlates of Short-Form Video Use. *Psychological Bulletin*, 2025. Vol. 151, No. 9. P. 1125–1146.
62. Scharlach R., Rieder B., Pentzold C. The Value Affordances of Social Media Engagement Features. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2023. Vol. 28, No. 6. 25-34 p.
63. Turkle S. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. URL: https://www.researchgate.net/publication/395572533_Turkle_S_1997_Life_on_the_s

creen_Identity_in_the_age_of_the_internet_Simon_Schuster_352_pp (дата звернення: 2.04.2025).

64. Van Dijck J., Poell T., de Waal M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford : Oxford University Press, 2018. 240p.

65. Wellman B. Physical Place and Cyberplace: The Rise of Networked Individualism. *International Journal of Urban and Regional Research*, 2001. Vol. 25, No. 2. P. 227–252.

66. Wu T. *The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*. New York : Alfred A. Knopf, 2016. 416 p.