

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

*Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису*

ТИМОФЄЄВА ГАЛИНА ВІКТОРІВНА

УДК 316.42:316.77]:07

ДИСЕРТАЦІЯ

**ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ
У МЕРЕЖЕВОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВИМІР**

спеціальність 033 Філософія
галузь знань 03 Гуманітарні науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Г.В. Тимофєєва

Науковий керівник:

Александрова Олена Станіславівна,
доктор філософських наук, професор

Київ – 2025

АНОТАЦІЯ

Тимофєєва Г.В. Трансформація соціальних інститутів у мережевому суспільстві: інформаційний вимір. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 033 Філософія. – Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2025.

У дисертаційній роботі розглядається науково-практична проблема – аналіз сутності, ролі та механізмів впливу інформації на трансформацію соціальних інститутів у контексті мережевого суспільства. Актуальність цієї роботи полягає в тому, що в сучасному світі, де інформація стала не просто ресурсом, а ключовим чинником суспільних трансформацій, її роль виходить за межі нейтрального середовища. Глибокі зміни, які відбуваються під впливом інформації, переформатовують соціальні інститути та їхні традиційні ієрархічні структури. В епоху мережевого суспільства, що характеризується швидким обміном даними та взаємодією, традиційні вертикальні моделі управління та комунікації замінюються на горизонтальні, що базуються на самоорганізації, кооперації та рівноправних зв'язках. Це сприяє виникненню нових форм соціальної взаємодії, віддаленої роботи, а також формуванню глобальних і локальних ідентичностей. Водночас неконтрольоване зростання обсягів інформації та посилення інформаційних впливів породжує безпрецедентні виклики. Сьогодні суспільство стикається з такими новими загрозами, як кіберзлочинність, дезінформація та фейки, а також феномен «інформаційного голоду», що підриває довіру до інститутів та спричиняє соціальну поляризацію. Ця ситуація вимагає від науки не лише констатації змін, а й їх глибокого філософського осмислення. Тому дослідження ролі інформації як рушійної сили змін є критично важливим для розуміння природи сучасного суспільства і дозволяє розробити ефективні механізми захисту від нових загроз.

У першому розділі проаналізовано еволюцію поняття «інформація» від технічного феномену до ключової соціокультурної категорії в контексті змін суспільних парадигм, ключові концепції передвісників та теоретиків мережевого суспільства – М. Маклуена, М. Кастельса та Я. ван Дейка, які інтегровано в єдину аналітичну рамку, що дозволила визначити такі сучасні характеристики мережевої організації, як мережевий індивідуалізм, колективний інтелект та культура конвергенції; систематизовано сучасні концепції соціального інституту в рамках таких методологічних підходів, як функціональний, інституціональний та комунікативний. Обґрунтовано можливості розгляду соціальних інститутів у рамках мережевого підходу, який дозволяє презентувати їх як складну інформаційну систему, що адаптуються до нових суспільних умов.

У другому розділі розкрито роль інформації як ключового ресурсу та рушійної сили інституціональних змін, що трансформує традиційні інститути сім'ї, обрядовості, освіти, релігії, політики та економіки; розглянуто владу мереж як інструменту трансформації соціальних інститутів, яка відбувається через механізми медіаманіпуляцій та конструювання контрзнання; обґрунтовано кореляційний зв'язок між індивідуальною психофізіологічною проблемою – «інформаційним голодом» – і суспільним наслідком – підривом легітимності соціальних інститутів.

У третьому розділі авторка розглядає роль освітньо-наукового континууму як ключового механізму формалізації та систематизації інформаційного простору і формування соціальних норм для відповідального і компетентного учасника мережевого суспільства; доводить значення соціально-комунікативних інститутів як активних суб'єктів адаптації до змін в кризовому суспільстві в стані волатильності, невизначеності, складності та амбівалентності; концептуалізує поняття «цифрової людини» як ключового агента інституціональних змін у мережевому суспільстві та обґрунтовує три основні механізми, за допомогою яких цифрова людина виступає агентом змін: «продюсаж», нові практики тілесності та «цифрові сліди».

На основі теоретичних і практичних досліджень сформульовано нові наукові положення, які виносяться на захист:

– *вперше* побудовано єдину аналітичну рамку, яка інтегрує ідеї функціонального, інституціонального та комунікативного підходів, що дозволило сформувати цілісне розуміння соціального інституту як одночасно стабільної структури, динамічного конструкту та продукту комунікації; встановлено кореляційний зв'язок між індивідуальною психофізіологічною проблемою – «інформаційним голодом» – і суспільним наслідком – підваженням легітимності інститутів (зокрема медіа) та доведено, що ця індивідуальна потреба в інформації, підсилена цифровим середовищем, веде до соціальної поляризації та втрати довіри, що є новим викликом для суспільної стабільності; обґрунтовано, що цифровізація є процесом, який не детермінований віком, а залежить від економічних, етнічних та інших факторів, що дозволило концептуалізувати «цифрову людину» як нового суб'єкта, чия поведінка (зокрема, через «продюсаж» та залишення «цифрових слідів») безпосередньо спричиняє трансформацію традиційних інститутів;

– *уточнено* традиційне технічне розуміння інформації та *доведено* її роль як ключового чинника, що трансформує не лише технології, а й економічні, соціальні та культурні сфери суспільства, що, у свою чергу, призводить до інституціональних змін;

– *розвинуто* методологічну базу для аналізу мережевого суспільства на підставі *уточнення*, що теорії М. Маклуена, М. Кастельса та Я. ван Дейка інтегруються в єдину аналітичну рамку, яка дозволяє комплексно досліджувати мережеве суспільство. Це підкреслює їхню послідовну еволюцію від технологічного детермінізму до розуміння мереж як принципу соціальної організації;

– *обґрунтовано* роль нових медіа у формуванні суспільної свідомості та зміні соціальних структур: показано, що вони не лише передають інформацію, а й активно залучають аудиторію до її творення, що змінює традиційні механізми впливу на громадську думку. У результаті такого перетворення медіа стають не

просто джерелом знань, а ключовим гравцем, що формує суспільну свідомість і нові соціальні практики;

– *доведено*, що соціально-комунікативні інститути (ЗМІ, соціальні мережі) не лише реагують на зовнішні виклики, але й, завдяки своїй адаптації до умов VUCA-середовища (волатильності, невизначеності, складності та амбівалентності), формують нові стандарти поведінки та практики в суспільстві;

– *дістало подальшого розвитку* осмислення впливу інформації на інституціональні зміни через механізми цифровізації, мережевої комунікації та глобалізації, які комплексно трансформують інститути сім'ї, освіти, політики та економіки. Це дозволило розширити традиційні погляди на соціальні інститути та обґрунтувати їх перетворення під впливом мережевого суспільства;

– *обґрунтовано* уявлення про нові функції освітньо-наукового континууму у мережевому суспільстві, який не лише передає знання, а й формує цифрову грамотність, критичне мислення та етичні норми, що є ключовим для впорядкування інформаційного хаосу.

Ключові слова: інформація, соціальний інститут, соціальна мережа, мережеве суспільство, мережевий індивідуалізм, інтелект, культура конвергенції, комунікація, медіа, контрзнання, «інформаційний голод», «цифрова людина».

SUMMARY

Tymofieieva Halyna Viktorivna. Transformation of Social Institutions in the Network Society: An Informational Dimension. Qualification scientific work on the rights of manuscript.

Dissertation submitted for the degree of Doctor of Philosophy (PhD) in the Specialty 033 Philosophy – Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv, 2025.

This dissertation addresses the scientific and practical problem of analyzing the nature, role, and mechanisms of information's influence on the transformation of social institutions within the context of the network society. The relevance of this research stems from the fact that in the modern world, where information has become not just a resource but a key driver of societal transformations, its role extends beyond that of a neutral medium. Profound changes, driven by information, are reshaping social institutions and their traditional hierarchical structures. In the era of the network society, characterized by the rapid exchange of data and interaction, traditional vertical models of governance and communication are being replaced by horizontal ones based on self-organization, cooperation, and peer-to-peer relationships. This fosters the emergence of new forms of social interaction, remote work, and the formation of global and local identities. At the same time, the uncontrolled growth in information volume and the intensification of informational influences create unprecedented challenges. Today, society faces new threats such as cybercrime, disinformation, and “fakes,” as well as the phenomenon of “information hunger”, which undermines trust in institutions and causes social polarization. This situation requires science not only to state these changes but also to engage in their deep philosophical comprehension. Therefore, studying the role of information as a driving force of change is critical for understanding the nature of contemporary society and allows for the development of effective mechanisms to protect against new threats.

The first chapter analyzes the evolution of the concept of ‘information’ from a technical phenomenon to a key socio-cultural category in the context of changing societal

paradigms. It also examines the key concepts of the precursors and theorists of the network society – M. McLuhan, M. Castells, and J. van Dijk – which are integrated into a unified analytical framework. This framework identifies modern characteristics of network organization such as networked individualism, collective intelligence, and convergence culture. Furthermore, modern conceptions of the social institution are systematized within methodological approaches such as the functional, institutional, and communicative. The potential for examining social institutions within a network approach is substantiated, which allows for presenting them as complex informational systems adapting to new societal conditions.

The second chapter explores the role of information as a key resource and driving force of institutional change, which transforms the traditional institutions of family, ritual, education, religion, politics, and the economy. The power of networks as an instrument for transforming social institutions is examined, operating through mechanisms of media manipulation and the construction of counter-knowledge. A direct causal link is substantiated between the individual psychophysiological problem of “information hunger” and its societal consequence: the erosion of the legitimacy of social institutions.

In the third chapter, the author examines the role of the educational and scientific continuum as a key mechanism for formalizing and systematizing the information space and for forming social norms for a responsible and competent participant in the network society. The significance of social-communicative institutions as active subjects of adaptation to change in a crisis society – characterized by volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity (VUCA) – is demonstrated. The notion of the “digital person” (tsyfrova liudyna) is conceptualized as a key agent of institutional change in the network society. Three primary mechanisms through which the “digital person” acts as an agent of change are substantiated: “prosumerism” (продюсаж), new practices of corporeality, and “digital footprints.”

Based on the theoretical and practical research, new scientific propositions have been formulated, which are presented for defense:

– For the first time, a unified analytical framework has been constructed that integrates insights from the functional, institutional, and communicative approaches. This framework has enabled the formation of a holistic understanding of the social institution as simultaneously a stable structure, a dynamic construct, and a product of communication. A direct causal link has been established between the individual psychophysiological problem of “information hunger” (informatsiyniy holod) and the societal consequence of undermining the legitimacy of institutions (particularly the media). It is proven that this individual need for information, amplified by the digital environment, leads to social polarization and a loss of trust, which constitutes a new challenge to societal stability. It is substantiated that digitalization is a process not determined by age but rather dependent on economic, ethnic, and other factors. This has allowed for the conceptualization of the “digital person” (tsyfrova liudyna) as a new agent whose behavior – specifically through “prosumerism” (prodyusazh) and the leaving of “digital footprints” – directly causes the transformation of traditional institutions.

– The traditional technical understanding of information has been refined, and its role as a key factor transforming not only technology but also the economic, social, and cultural spheres of society, which in turn leads to institutional changes, has been demonstrated.

– The methodological basis for analyzing the network society has been developed by clarifying that the theories of M. McLuhan, M. Castells, and J. van Dijk can be integrated into a unified analytical framework. This framework allows for a comprehensive analysis of the network society and underscores the theories’ sequential evolution from technological determinism to an understanding of networks as a principle of social organization.

– The role of new media in shaping public consciousness and changing social structures has been substantiated. It is shown that they not only transmit information but also actively involve the audience in its creation, which alters traditional mechanisms of

influencing public opinion. As a result, media become not just a source of knowledge but a key player shaping public consciousness and new social practices.

- It has been proven that social-communicative institutions (mass media, social networks) do not merely respond to external challenges. By adapting to the VUCA environment (volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity), they also actively shape new standards of behavior and practices within society.

- The comprehension of information's impact on institutional change has been further developed by examining the mechanisms of digitalization, network communication, and globalization, which comprehensively transform the institutions of family, education, politics, and the economy. This has broadened traditional views on social institutions and substantiated their transformation under the influence of the network society.

- The understanding of the new functions of the educational and scientific continuum in the network society has been substantiated. This continuum not only transmits knowledge but also fosters digital literacy, critical thinking, and ethical norms, which are key to managing information chaos.

Keywords: information, social institution, social network, network society, networked individualism, intelligence, convergence culture, communication, media, counter-knowledge, “information hunger”, “digital person”.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові статті, опубліковані у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України

1. Тимофєєва Г.В. Філософсько-методологічні підходи до дослідження інформації в контексті змін суспільних парадигм. *Культурологічний альманах*, 2023. Вип. 3. С. 228–236. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.3.32>.
2. Тимофєєва Г.В. Інформаційні технології та трансформація соціальних структур. *Вісник Львівського університету. Серія: філософсько-політологічна*, 2024. № 56. С.131–144. <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.15>.
3. Tymofieieva H. Communicative products of social networks and the Internet as a social glue in times of social crises and disasters. *Skhid*, 2024, 6(1), 61–67. <https://doi.org/10.28925/2411-3093.2024.618>.
4. Tymofieieva, H. Value priorities in labor behavior of Ukrainian war refugees. *Skhid*, 2024, 6(3), 32–38. <https://doi.org/10.21847/2411-3093.634>

Наукові статті, опубліковані у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus

5. Yereskova, Tetyana; Mazuryk, Oleg; Tymofieieva, Halyna; Opryshko, Tetiana (2020). Social Activity of Contemporary Ukrainian Society: Threat to Internal Stability or Possibility of Social Dialogue. *Postmodern Openings*, 11(4), 144–173. <https://doi.org/10.18662/PO/11.4/227> (Web of Science Core Collection).
6. Tymofieieva H.V., Opryshko T.S., Bulvinska O.I. (2024). “Whose is Crimea?” or What Content Are International Databases of Scientific Publications Filled with. *University Library at a New Stage of Social Communications Development: Conference Proceedings*, 9, 9–15 https://doi.org/10.15802/unilib/2024_316850 (Scopus).

Публікації, у яких додатково висвітлено результати дисертації

7. Тимофєєва Г.В. Як мережна архітектура змінює соціальні зв'язки. *Київські філософські студії: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 16-17 травня 2019 р.): тези доповідей / за заг. ред. проф. Р.О. Додонова*. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2019. С. 165–167.
8. Тимофєєва Г.В. Інструменти цифрової економіки в інституційному середовищі. *Соціокультурні трансформації та геополітичні виклики в умовах багатопольного світу (м. Київ, 24 листопада 2022 р.): тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Київ: Державний торговельно-економічний університет, 2022. С. 134–137.
9. Тимофєєва Г.В. Ефект Зімбардо та інформаційна війна. *Київські філософські студії: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 19 травня 2022 р.): тези доповідей / за заг. ред. проф. Р.О. Додонова*. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. С. 138–141.
10. Тимофєєва Г.В. Наратив як форма репрезентації дійсності. *Київські філософські студії: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 19 травня 2023 р.): тези доповідей / за заг. ред. проф. Р.О. Додонова*. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. С. 197–201.
11. Тимофєєва Г.В., Опришко Т.С., Бульвінська О.І. «Чий Крим?» або яким контентом наповнюються міжнародні бази даних наукових публікацій. *University Library at a New Stage of Social Communications Development: Тези IX Міжнародної конференції (3-4 жовтня 2024 р., м. Дніпро, Україна)*. Дніпро: Український державний університет науки та технологій, 2024. URL: <https://crust.ust.edu.ua/items/3dd44209-6745-4ec0-8e6a-cf9df1cdaffb>
12. Тимофєєва Г.В., Єрескова Т.В. Складність як виклик і ресурс освіти: осмислення змін. *Міждисциплінарний дискурс у дослідженні феномену соціального: зб. матеріалів VI міжнародної наук.-практ. інтернет-конф.; 27 березня 2025 р., м. Київ. / Упорядники: Кучера Т.М., Козлов Є.В., Київ : КНЕУ, 2025. С. 214–217.*

13. Тимофєєва Г.В. Людина цифрова: нова ідентичність в епоху технологій. *II Міжнародна науково-практична конференція «Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє»*. (17 квітня 2025 р., м. Київ, Україна). С. 167–170. URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a5bb35f7-e0ee-4c83-9878-05b55f2391b1/content>

14. Тимофєєва Г.В. Концепція VUCA в інформаційно-комунікативних практиках. *Київські філософські студії: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції* (м. Київ, 16 травня 2025 р.): тези. Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. С. 132-137.

ЗМІСТ

ВСТУП	14
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ПРОСТОРІ МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА	22
1.1. Методологія філософського дослідження інформації в умовах зміни суспільних парадигм	22
1.2. Методологічні засади аналізу мережевого суспільства	41
1.3. Сучасні концепції соціальних інститутів та роль інформації в їхньому конструюванні	58
Висновки до розділу 1	83
РОЗДІЛ 2. КОНСТИТУТИВНІ ОЗНАКИ І ТРАНСФОРМАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ІНФОРМАЦІЇ В СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТАХ	86
2.1. Інформаційні концепти трансформації соціальних інститутів в мережевому суспільстві	86
2.2. Влада мереж: трансформація соціальних інститутів через медіаманіпуляції та конструювання контрзнання	106
2.3. «Інформаційний голод» та криза ідентичності сучасної людини	125
Висновки до розділу 2	140
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТАХ, ЩО ЗАДІЯНІ В ТВОРЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	142
3.1. Освітньо-науковий континуум як соціальний інститут формалізації інформаційного простору мережевого суспільства	142
3.2. Соціально-комунікативні інститути як суб'єкти змін в суспільстві мереж	163
3.3. Цифрова людина: новий агент інституційних змін	179
Висновки до розділу 3	197
ВИСНОВКИ	201
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	207

ВСТУП

Актуальність. Буття людини у світі дедалі більше пов'язується із інформаційним простором. Інформація стає найважливішим ресурсом сучасного світу, сприяючи появі нових ідей, технологій та продуктів, розширюючи межі комунікацій та формуючи нові зв'язки та спільноти. Науковці все частіше звертають увагу на те, що під впливом інформаційних технологій та проникненням їх у всі сфери життя змінюються способи виробництва, споживання, навчання та спілкування. Інформаційний вимір став визначальним і для трансформації соціальних інститутів у мережевому суспільстві, оскільки інформація, набуваючи статусу найважливішого ресурсу, спричиняє заміну традиційних ієрархічних структур на горизонтальні моделі кооперації.

На наш погляд, розглядаючи питання, пов'язані з аналізом феномену інформації, особливу увагу слід приділити участі інформації в трансформації соціальних структур, норм і цінностей: це дасть методологічну підставу не тільки для оцінювання комунікативних основ суспільства, що змінилися, а й для реагування на нові виклики, які перед суспільством постають постійно у зв'язку із збільшенням кількості інформації та інформаційних впливів (кіберзлочинність, дезінформація, інформаційний голод, соціальна поляризація тощо). Так само науковій спільноті важливо мати теоретичний арсенал методів та концепцій для реакцій на такі виклики, як втрата людської цілісності під тиском різноманітної інформації, втрата людиною здатності самотійно орієнтуватися в бутті суспільства (як віртуальному, так і реальному), здатності аналізувати інформацію, а також втрата довіри до алгоритмів аналізу даних і прерогатив прийняття рішень.

Метою дисертаційного дослідження є філософський аналіз сутності, ролі та механізмів впливу інформації на трансформацію соціальних інститутів у контексті мережевого суспільства. Дослідження має виявити, як інформація, що циркулює через медіамережі, виступає не лише як ресурс, а як активний чинник змін, що

переформатовує соціальні структури, змінює суспільні цінності та норми, а також формує нові способи соціальної взаємодії та організації.

Досягненню мети дослідження сприяла постановка та розв'язання кола питань, що знайшли відображення у логічній структурі роботи і склали її *основні дослідницькі завдання*:

- проаналізувати еволюцію поняття «інформація» від технічного феномену до ключової соціокультурної категорії в контексті змін суспільних парадигм;
- виявити методологічні засади дослідження мережевого суспільства, вивчивши ключові концепції та визначивши основні характеристики мережевої організації;
- систематизувати сучасні концептуалізації поняття «соціальний інститут» у рамках функціонального, інституціонального та комунікативного підходів для побудови цілісного розуміння об'єкта дослідження;
- розкрити сутність інформаційних концептів трансформації соціальних інститутів, виявивши, як інформація стає ключовим ресурсом та рушійною силою інституціональних змін у мережевому суспільстві;
- розкрити вплив інформаційно-комунікаційних технологій на соціальну владу та механізми медіаманіпуляції, а також дослідити, як маркетингові технології та неформальна комунікація в мережах сприяють формуванню контрзнання;
- проаналізувати феномен «інформаційного голоду» та пов'язану з ним кризу ідентичності, розглядаючи, як ці індивідуальні проблеми стають факторами, що впливають на функціонування та легітимність соціальних інститутів;
- вивчити, як освіта та наука як соціальні інститути формалізують та впорядковують інформаційний простір, адаптуючись до вимог мережевого суспільства;
- описати роль соціально-комунікативних інститутів (ЗМІ, соціальні мережі, громадянські платформи) як суб'єктів адаптації до змін, що формують нові практики та стандарти поведінки в суспільстві мереж;

– розкрити сутність поняття «цифрова людина» (у контексті «цифрових мігрантів» та «цифрових тубільців») та обґрунтувати її роль як нового агента, що спричиняє інституціональні зміни.

Об’єкт дослідження – соціальні інститути в умовах мережевого суспільства.

Предмет дослідження – інформація як фактор трансформації соціальних інститутів у мережевому суспільстві.

Методи дослідження. Методологія дослідження інформації як фактора трансформації соціальних інститутів в умовах мережевого суспільства базується на підході, який передбачає комплексне застосування і взаємодоповнення методів наукового дослідження різних рівнів і сучасних міждисциплінарних підходів. На цій підставі застосувалась низка методів наукового дослідження з пріоритетністю дедуктивного руху від філософського рівня методології до загальнонаукового і спеціального.

За допомогою комплексного поєднання філософських та соціологічних методів концептуалізовано ключові поняття, змодельовано теоретичні зв’язки та проаналізовано динаміку соціальних інститутів, медіаманіпуляцій і комунікації в контексті трансформацій мережевого суспільства. Так, діалектичний метод застосовувався для орієнтації логіки дослідження на визначення суттєвих зв’язків, встановлення змісту й особливостей складових соціокультурної реальності мережевого суспільства. Крім того, діалектичний метод дозволив розглядати сучасне суспільство як динамічну систему, що розвивається через внутрішні суперечності між формою й змістом. Герменевтичний метод було застосовано для інтерпретації змісту основних інформаційних концептів трансформації соціальних інститутів у мережевому суспільстві.

Так, для осмислення сутності понять «інформація», «соціальний інститут», «мережеве суспільство» «цифрова людина» тощо, а також для з’ясування їхньої ролі в соціальних змінах застосовувалася методологічна пара «концептуальний аналіз – концептуальний синтез»; для побудови аналітичних рамок, що поєднують ідеї різних

мислителів (М. Маклуен, М. Кастельс, Я. ван Дейк) та для обґрунтування зв'язку між «інформаційним голодом» і легітимністю інститутів було використано описово-прагматичне моделювання; дослідження структури та функцій соціальних інститутів, їхньої динаміки та взаємодії з інформаційним простором проведено за допомогою структурно-функціонального аналізу з наступним синтетичним узагальненням результатів, а комунікативний аналіз дозволив зробити синтетичні висновки про роль комунікації, медіаманіпуляцій та «контрзнання» у формуванні суспільних норм і цінностей. Крім того, методи аналізу та синтезу використано для розчленування складних понять (наприклад, «інформація») на складові та їхнього подальшого об'єднання для формування цілісного розуміння досліджуваних феноменів. Системний підхід дозволив упорядкувати сучасні концепції соціального інституту в рамках різних підходів (функціонального, інституціонального, комунікативного). Для ілюстрації теоретичних положень на прикладі реальних подій (наприклад, висвітлення виборів Президента США в українських медіа, реакція освітньої системи на пандемію COVID-19, мілітаризація українського суспільства) був застосований метод кейс-стаді. Це дозволило підтвердити теоретичні моделі емпіричними даними.

Наукова новизна одержаних результатів.

Вперше:

- побудовано єдину аналітичну рамку, яка інтегрує ідеї функціонального, інституціонального та комунікативного підходів, що дозволило сформулювати цілісне розуміння соціального інституту як одночасно стабільної структури, динамічного конструкту та продукту комунікації;

- встановлено кореляційний зв'язок між індивідуальною психофізіологічною проблемою – «інформаційним голодом» – і суспільним наслідком – підваженням легітимності інститутів, зокрема медіа. Доведено, що ця індивідуальна потреба в інформації, підсилена цифровим середовищем, веде до соціальної поляризації та втрати довіри, що є новим викликом для суспільної стабільності;

– обґрунтовано, що цифровізація є процесом, який не детермінований віком, а залежить від економічних, етнічних та інших факторів, що дозволило концептуалізувати «цифрову людину» як нового суб'єкта, чия поведінка (зокрема, через «продюсаж» та залишення «цифрових слідів») безпосередньо спричиняє трансформацію традиційних інститутів;

Уточнено:

– традиційне технічне розуміння інформації та визначено її роль як ключового чинника, що трансформує не лише технології, а й економічні, соціальні та культурні сфери суспільства, що, у свою чергу, призводить до інституціональних змін;

– методологічну базу для аналізу мережевого суспільства. Показано, що теорії М. Маклуена, М. Кастельса та Я. ван Дейка інтегруються в єдину аналітичну рамку, яка дозволяє комплексно аналізувати мережеве суспільство. Це підкреслює їхню послідовну еволюцію від технологічного детермінізму до розуміння мереж як принципу соціальної організації;

– роль нових медіа у формуванні суспільної свідомості та зміні соціальних структур: показано, що вони не лише передають інформацію, а й активно залучають аудиторію до її творення, що змінює традиційні механізми впливу на громадську думку. У результаті такого перетворення медіа стають не просто джерелом знань, а ключовим гравцем, що формує суспільну свідомість і нові соціальні практики;

– що соціально-комунікативні інститути (ЗМІ, соціальні мережі) не лише реагують на зовнішні виклики, але й, завдяки своїй адаптації до умов VUCA-середовища (волатильності, невизначеності, складності та амбівалентності), формують нові стандарти поведінки та практики в суспільстві.

Набуло подальшого розвитку:

– розуміння впливу інформації на інституціональні зміни через механізми цифровізації, мережевої комунікації та глобалізації, які комплексно трансформують інститути сім'ї, освіти, політики та економіки. Це дозволило розширити традиційні погляди на соціальні інститути та обґрунтувати їх перетворення під впливом мережевого суспільства;

– уявлення про нові функції у мережевому суспільстві освітньо-наукового континууму, який не лише передає знання, а й формує цифрову грамотність, критичне мислення та етичні норми, що є ключовим для впорядкування інформаційного хаосу.

Теоретичне та практичне значення отриманих результатів. Отримані результати дозволяють стверджувати, що інформація сьогодні є головним чинником, що визначає соціальні та політичні процеси, критично важливим для забезпечення його стабільності та сталого розвитку. Робота розширює та уточнює існуючі теоретичні концепції, створюючи нові рамки для аналізу. Встановлено прямий зв'язок між індивідуальною психофізіологічною проблемою, як-от «інформаційний голод», і такими суспільними наслідками, як соціальна поляризація та підваження легітимності інститутів, що є новим викликом для соціології та філософії. Також уточнено традиційне розуміння «цифрової людини»; показано, що її ідентичність і роль як агента змін залежать не лише від віку, а від ширшого спектра факторів, що робить цей концепт більш універсальним. Дослідження також надало подальшого розвитку розумінню інформації як ключового ресурсу, що комплексно трансформує всі сфери суспільства – від сім'ї до економіки, та уявленням про нові функції освітньо-наукового континууму, який, окрім передавання знань, формує цифрову грамотність та критичне мислення для впорядкування інформаційного хаосу.

Практичне значення робота має для розроблення стратегій адаптації суспільства до умов мережевої епохи. Так, розуміння ролі соціально-комунікативних інститутів як суб'єктів адаптації до VUCA-середовища дозволяє державним органам розробляти ефективні політики та інструменти управління в умовах невизначеності та складності. Аналіз феномену «продюсажу» та «контрзнання» є основою для створення навчальних програм з медіаграмотності та критичного мислення, що допоможе громадянам відрізнати достовірну інформацію від маніпуляцій. Уточнення ролі нових медіа як ключового гравця, що формує суспільну свідомість, допомагає розробляти стратегії для їх відповідального використання. Обґрунтований

зв'язок між «інформаційним голодом» та соціальною поляризацією надає інструменти для розроблення програм, спрямованих на зміцнення суспільної довіри та мінімізацію конфліктів. Виявлення ризиків, пов'язаних із «цифровими слідами», дозволяє розробляти ефективні заходи захисту даних та конфіденційності.

Структура дисертації. Особистий внесок здобувачки. Усі теоретичні та практичні результати, що виносяться на захист, отримані авторкою самостійно.

Публікації. Основні ідеї та результати дисертаційного дослідження викладені в 14 публікаціях, 4 статті у виданні, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України, 2 статті (усі у співавторстві) у періодичних наукових виданнях, проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus, 8 публікацій, в яких додатково відображені наукові результати дослідження.

У статті «Соціальна активність сучасного українського суспільства: загроза внутрішній стабільності чи можливість соціального діалогу» (у співавторстві з Т.В. Єресковою, О.В. Мазуриком, Т.С. Опришко) внесок Тимофєєвої Г.В. полягає в обґрунтуванні «дихотомії сприйняття соціальної реальності» як спільної основи для соціальних викликів, дилем та криз. Також вона виконала вторинний аналіз даних соціологічного дослідження «Соціальна конфліктогенність українського суспільства» і виявила, що, залежно від домінуючих форм соціальної активності в тій чи іншій соціальній групі, можна діагностувати: свідомий і незалежний характер вибору групових цінностей; готовність соціальних груп до цілісності у своїх намірах розв'язувати соціальні проблеми (або впливати на їх розв'язання); реальність взятих зобов'язань та механізм їх дотримання.

У статті «“Чий Крим?” або яким контентом наповнюються міжнародні бази даних наукових публікацій» (у співавторстві з Т.С. Опришко та О.І. Бульвінською) внесок Тимофєєвої Г.В. полягає в проведенні дослідження баз DOAJ, Scopus та WoS на предмет виявлення фактів просування антиукраїнського контенту та визначення найтиповіших напрямів такого просування.

Структура й обсяг дисертації: Відповідає меті і завданням дослідження, складається зі вступу, трьох розділів (9 підрозділів), висновків, списку використаних джерел (275 позицій). Загальний обсяг дисертації – 234 с., з них основного тексту 192 с.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ПРОСТОРІ МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

1.1 Методологія філософського дослідження інформації в умовах зміни суспільних парадигм

Поняття «інформація» сприймається і розробляється в царині дуже багатьох наук. Так, інформатика вивчає властивості інформації та способи її обробки, кібернетика – загальні закономірності інформаційних зв'язків в складних системах; кількісні аспекти інформації та її передавання – це область математики, а поняття інформації з точки зору її природи, сутності та ролі в пізнанні та свідомості – це філософський аспект вивчення інформації. Науками, що тісно пов'язані з обробкою, використанням та передаванням інформації є також лінгвістика, соціологія та комунікація, когнітивістика, біологія тощо. Тому велика кількість сфер, що вивчають феномен інформації, зумовлює значне розмаїття її визначень. У науковому просторі існують сотні, а то й тисячі публікацій на цю тему, однак у них не завжди чітко простежуються методологічні підходи авторів, якими вони керувалися для визначення сутності інформації та розробки проблем її функціонування.

На нашу думку, це викликано двома основними чинниками: тривалістю вивчення інформації в різних науках і на їхніх перетинах та перебуванням наукової спільноти на межі зміни парадигм побудови наукових теорій. У цих умовах інформація стала важливою характеристикою суспільних змін, чинником, що впливає на формування соціальних інституцій та людську свідомість, а також дає підстави для перекроювання світового порядку в геополітичних, суспільних та економічних вимірах.

Усвідомлення важливості другої обставини вимагає послідовного аналізу. Спочатку необхідно звернутися до історико-філософських концепцій, де вперше засвідчено важливість інформації для всіх сфер суспільного життя. Потім слід

виокремити та проаналізувати базові філософсько-методологічні підходи, на яких ґрунтуються сучасні дослідники феномену інформації у XX–XXI століттях.

Серед класиків суспільної думки, які мислили інформацію та знання джерелом влади та суспільного прогресу, слід назвати Френсіса Бекона. У своїх відомих творах «Велике Відновлення Наук», «Нова Атлантида», «Новий Органон» Ф. Бекон описував ідеальне суспільство, де наука та технології використовуються для покращення життя людей. Так само ідею про необхідність передачі управління суспільством від традиційних класів до «індустріалів» і «вчених» висловлював у своїй відомій роботі «Нове християнство» Клод Анрі де Сен-Сімон. Ці твори не тільки надихнули подальших науковців та інженерів створювати краще технологічне майбутнє для людства, а й дозволили, як зауважує український дослідник Р. Картунов, використати наведені в цих роботах розрахунки для «двійкової системи обчислення як найбільш зручного механічного, алгебраїчного опрацювання, збереження і передачі інформації, що в подальшому було використано для створення комп'ютера» [48, с.50], а також беконівську класифікацію знань за принципом «пам'ять-уява-розум» [137] для подальшого упорядкування напрямів наукових досліджень і визначення в них місця емпіричного знання та експерименту.

Наступним вагомим мислителем, який звернув увагу на важливість інформації для «правильного соціального устрою, який дає максимум щастя і повного задоволення основних матеріальних потреб людства», був В.І. Вернадський, який у роботі «Наукова думка як планетарне явище» здійснив ґрунтовний аналіз місця й ролі інформації в розвитку суспільно-політичного життя. Заслужовують, зокрема, на увагу його наступні твердження: «Подія, що відбувається в глухому куточку будь-якого континенту чи океану, відбивається і має наслідки – великі й малі – в ряді інших місць, всюди на поверхні Землі. Телеграф, телефон, радіо, аероплани, аеростати охопили усю земну кулю. Зношення стають все більш простими і швидкими. Щорічно організованість їх збільшується, швидко зростає» [17, с. 34]. У творах В. Вернадського не окреслено поняття «інформаційне суспільство», але

вплив інформації на соціальні відносини вже відзначається, та більше – він визнає, що швидкий розвиток наукового знання детермінує зміни людини, суспільства, природи та планети в цілому, і на цій підставі формує концепцію «ноосфери» як царства розуму» [17, с. 32].

Як бачимо, вказані мислителі, кожен у свій час, визнавали фундаментальну роль інформації та знань у розвитку людства. Ф. Бекон заклав основи емпіричного наукового пізнання як рушійної сили прогресу, робота К. Сен-Сімона стала прологом до появи та розвитку відомих технократичних теорій, включаючи концепції XX століття, що фокусувалися на управлінні суспільством на основі компетентності та наукової раціональності, а В. Вернадський розвинув ці ідеї, показавши еволюційну роль наукового знання у формуванні нової оболонки Землі – ноосфери, де інформація стає ключовим фактором подальшого суспільного розвитку.

У XX столітті зазначене класиками розуміння інформації як невід’ємної характеристики складно організованих систем дає початок т.зв. «атрибутивному» або ж функціональному підходу, яскравим представником якого був відомий американський математик, філософ та «батько кібернетики» Норберт Вінер. Він характеризував інформацію як «зміст, отриманий із зовнішнього світу в процесі пристосування до нього. Кількість інформації, яка міститься в повідомленні, тим більше, чим більше вона поповнює наші знання» [272]. У своїй головній роботі «Кібернетика, або управління і зв’язок у тварині та машині» (1948) Н. Вінер не розвиває думку щодо сутності інформації як першооснови, він зосереджується на дослідженні можливостей її вимірювання, подальшої передачі та зберігання з метою зменшення невизначеності знання. «Інформація є інформація, а не матерія чи енергія», – ця відома цитата Н. Вінера підкреслює абстрактність та універсальність цього феномену, який може бути утілений на різних фізичних носіях, і сам по собі не є ані матерією, ані енергією. Цінність інформації, на думку Н. Вінера, полягає у її здатності організовувати та керувати системами. Таке уявлення про інформацію дало

підстави іншим системним дослідникам, зокрема Л. Берталанфі або Л. Стоуньєру, доводити її незалежність від суб'єкта та ціннісно-сміслових навантажень. Наприклад, Л. Стоуньєр стверджував, що інформація існує і не потребує сприйняття, розуміння чи інших розумових зусиль для інтерпретації. Іншими словами, інформації не потрібен смисл, вона існує незалежно від нього [254]. Відтак, дослідження інформації прихильниками такої інтерпретації цього феномена ведеться переважно в рамках математичних, технічних та кількісних моделей.

Надалі кількісний вимір інформації та інформаційних процесів отримує розвиток в побудові *математичної та вірогіднісно-статистичної теорій* (Р. Гартлі, К. Шеннон, Е. Шредінгер), в результаті чого поняття інформації стає ще більш формлізованим і збагачується методологія її вимірювання та аналізу.

Ральф Гартлі у своїй праці «Transmission of Information» (1928) запропонував першу кількісну міру інформації, пов'язану з кількістю можливих варіантів повідомлення. Він визначив інформацію як кількість вибору, необхідного для визначення переданого символу з набору можливих символів. Його формула $H = \log_2(S)$, де H – кількість інформації в бітах, а S – кількість можливих символів, стала важливим кроком у формалізації поняття інформації. Підхід Р. Гартлі був орієнтований на технічний аспект передачі інформації та не враховував зміст чи цінність повідомлення. Він зосереджувався на кількості потенційних повідомлень, які можуть бути передані [192].

Фундаментальною для сучасної теорії інформації вважається і робота Клода Шеннона «Математична теорія комунікації» (1948) [245], у якій ідеї Р. Гартлі отримали подальший розвиток у вигляді строгої математичної моделі процесу комунікації, що включала джерело інформації, кодер, канал зв'язку, декодер та приймач. Ключовим поняттям у теорії К. Шеннона є ентропія (H), яка вимірює середню кількість інформації на символ джерела або міру невизначеності щодо того, який символ буде переданий. Формула ентропії Шеннона: $H(X) = - \sum P(x_i) \log_2(P(x_i))$, де $P(x_i)$ – ймовірність появи i -го символу. Теорія Шеннона також ввела поняття

пропускної здатності каналу зв'язку, надмірності та кодування з виявленням та виправленням помилок. Основний внесок К. Шеннона полягав у тому, що він дав строге кількісне визначення інформації, пов'язане з імовірністю появи повідомлень і здатністю каналу передавати ці повідомлення надійно. Його теорія мала величезний вплив на розвиток телекомунікацій, комп'ютерних наук та інших галузей.

Глибокий вплив на розуміння інформації в біологічних системах мала робота Ервіна Шредінгера «Що таке життя» (1944), у якій він обґрунтував генетичний код як носій величезної кількості інформації, необхідної для розвитку та функціонування живого організму. Він також увів поняття «негативної ентропії» (негентропії), припустивши, що живі організми підтримують свій високий рівень організації, “висмоктуючи” порядок (тобто інформацію) з навколишнього середовища. Хоча Е. Шредінгер не розробляв формальної математичної теорії інформації в тому ж сенсі, що Р. Гартлі та К. Шеннон, його ідеї підкреслили інформаційну сутність життя та важливість інформації для розуміння біологічних процесів на фундаментальному рівні. Він показав, що інформація може бути не лише кількісною мірою, але й мати організаційну та керувальну функції в складних системах.

Після робіт Р. Гартлі, К. Шеннона та Р. Шредінгера поняття інформації стало використовуватися в ширшому контексті, включаючи біологію, лінгвістику, соціологію, філософію та інші науки. Це призвело до появи різних підходів до визначення та вимірювання інформації, що враховують її якісні аспекти.

Так, представники *семантичної теорії інформації* (Р. Карнап, І. Бар-Хіллел та ін.) зосереджуються у своїх дослідженнях на процесах сприйняття інформації та властивостях її реципієнтів. З розвитком біологічних та генетичних досліджень у світі виникли та поширилися теорії, пов'язані з цінністю інформації в живих системах (А.С. Пресман, В.І. Корогодін), які обґрунтовували цінність інформації як властивість самовідтворення живих організмів, її дієвість та цілеспрямованість [112].

Якщо наведені вище теорії інформації умовно можна поділити на кількісні та якісні підходи, ключовими характеристиками яких є *міра* та *цінність*

досліджуваного концепту, то синтез цих підходів здійснений в синергетичних концепціях інформації. Підґрунтям цих концепцій є такі ідеї: Г. Хакена – про зв'язок самоорганізації та інформації [189], І. Пригожина – про незворотність часу та конструктивність хаосу [29], О.Н. Князевої і С.П. Курдюмова про роль структур-атракторів, що притягують із майбутнього тенденції розвитку теперішнього [51]. До того ж ці концепції розглядають особливу роль інформації в технічних та біологічних системах, яка полягає в структуруючій, організуючій та еволюційній функціях, досліджують її кількісні та якісні аспекти, взаємозв'язок ентропії та інформації. Інформація в синергетиці розуміється як випадковий та запам'ятовуваний вибір одного варіанту з кількох можливих та рівноправних.

Інформація є ключовим критерієм аналізу і при дослідженні родової сутності та якісної специфіки суспільства, яке соціальними дослідниками ведеться в двох напрямках – пошуку сталих та координаційних залежностей між різними частинами суспільства та аналізу й виокремлення загального в окремих суспільних компонентах. У зв'язку з цим слід згадати ідею «техноструктури» в концепції Дж. Гелбрейта, яку він уперше втілював в роботі «Нове індустріальне суспільство» (1967). Техноструктуру або «знанієвий клас» дослідник визначає як суспільний прошарок, який складається з учених, фінансистів, конструкторів, фахівців у сфері управління та технологій та ін. Взаємодіючи в рамках техноструктури як нового рамкового соціального утворення, ці фахівці-експерти отримують реальну владу і беруть на себе відповідальність щодо підтримки соціальної та економічної стабільності. Адже, на думку дослідника, влада завжди «переходить до того фактора виробництва, який найменш доступний і який найважче замінити». Спочатку це була земля, потім капітал, а тепер – «сукупність людей, котрі володіють різноманітними технічними знаннями, досвідом і здібностями, у яких відчуває потребу сучасна промислова технологія і планування» [126]. Сукупність людей означає колективне прийняття рішень, перспективне планування роботи з метою створення стійких позицій на ринку та створення умов для того, щоб власник був зацікавлений у

послугах інфраструктури. Можна сказати, що ідея техноструктури задає нові соціальні рамки суспільства, за яких забезпечується рівновага між приватним виробництвом і споживанням, з одного боку, та громадськими послугами – з іншого. Як зазначає Г. Шамборовський, техноструктура, володіючи повною інформацією про потреби ринку, здатна точно визначати обсяги та способи виробництва. Це забезпечує оптимальний баланс між виробництвом і споживанням, сприяючи повній зайнятості та стабільному функціонуванню економіки. Завдяки контролю над цінами та заробітною платою, можливо стримувати інфляцію, що, своєю чергою, гарантує стабільний рівень життя населення та підтримує соціальну злагоду в суспільстві [125].

Ядром техноструктури виступають інтелектуали, які, на думку Дж. Гелбрейта, є критично важливими для: 1) інновацій (розробки нових технологій та інформаційних систем); 2) управління складністю (роботи в умовах величезних обсягів даних, швидких змін та інших факторів, що породжують невизначеність); 3) прийняття рішень (формування стратегій на основі аналізу інформації та прогнозування) [182]. Таким чином, за Дж. Гелбрейтом, інтелектуали, інкорпоровані в цю технічно орієнтовану еліту, стають невід’ємною частиною механізму, що рухає індустріальне, а згодом й інформаційне суспільство.

Пізніше ідеї Дж. Гелбрейта про провідну роль «класу інтелектуалів» як рушіїв суспільного розвитку отримують нове дихання та концептуальне оформлення в роботах дослідників-постіндустріалістів – Д. Белла, М. Кастельса, Е. Тоффлера, П. Друкера та ін. Усі вони у своїх роботах переносять акцент з виробництва на знання та інформацію як основний капітал. Тобто саме ті, хто володіє знанням, створює, обробляє та поширює його, набувають провідної ролі.

На думку Д. Белла, якщо в індустріальному суспільстві людина безперервно взаємодіє з перетвореною природою, яку сама й змінює в процесі масового промислового виробництва (збільшується кваліфікація працівника, актуалізується процес здобуття та отримання нових знань для її удосконалення, автоматизується

сам виробничий процес [4]), то в суспільстві нової постіндустріальної ери (таким, зокрема, він вважає сучасне йому американське суспільство) все засновується на інтелектуальних технологіях, базисом яких є інформація. Саме крізь призму інформації, як зауважує Ю.Я. Пукіш [97], Д. Белл розглядає зміни в соціальній структурі суспільства, в політиці та культурі, визначаючи п'ять основних вимірів цього типу суспільства. За словами Д. Белла, на перший план тепер виходить якість життя, яка визначається доступністю послуг і зручностей у сферах охорони здоров'я, освіти, науки, індустрії розваг та культури. Наприклад, соціальне життя стає інтенсивнішим у частині забезпечення прав громадян і спільнот та прийняття рішень, орієнтованих на соціальні потреби. Швидко розвиваються комп'ютерні технології, зростає авторитет наукових спільнот, централізується прийняття рішень. У постіндустріальному суспільстві відбувається зміна домінуючого ресурсу та центру авторитету. Машини, що раніше були найважливішою формою капіталу, поступаються місцем теоретичному знанню. Відповідно, корпорації як центри соціального авторитету витісняються університетами та дослідницькими інститутами. Головну роль починають відігравати інженери та вчені, а основним ресурсом розвитку стає інформація, знання та наука. Наука розвивається та кодифікує теоретичне знання за допомогою застосування системного аналізу та абстрактних моделей [4].

На думку Д. Белла, постійні та проривні науково-технічні перетворення мають нівелювати соціальні заворушення. Основною умовою соціального просування стає вже не володіння власністю, а володіння знаннями та технологіями. Ці зміни спричиняють глибоку трансформацію політичного ландшафту: традиційний вплив економічних еліт змінюється впливом технократів та політичних експертів. Крім того, у постіндустріальному суспільстві поширюється нова «орієнтація на майбутнє», що відображає зміну морального настрою людей. Сучасна людина прагне активно впливати на своє життя за допомогою наукових і технічних можливостей.

Отже, Д. Белл розглядає постіндустріальне суспільство як засноване на «грі між людьми», в якій на тлі машинної технології піднімається інтелектуальна технологія, заснована на інформації, у зв'язку з чим він пише: «Постіндустріальне суспільство засноване на послугах, тому воно є гра між людьми. Головне значення мають не м'язова сила, енергія, а інформація. Основною дійовою особою стає професіонал, тому що його досвід та освіта дозволяють їй відповідати всім вимогам, що висуваються в постіндустріальному суспільстві. Якщо доіндустріальне суспільство визначається через кількість товарів, що позначають рівень життя, то постіндустріальне суспільство визначається якістю життя, що вимірюється послугами та різними зручностями – охороною здоров'я, освітою, відпочинком та культурою» [4, с.214].

У сфері економіки дослідник зауважує перехід від виробництва товарів до виробництва послуг, а у сфері зайнятості – переважання класу професіоналів. Була висунута ідея «осьового принципу», який наразі називають наріжним каменем філософсько-соціологічної концепції Д. Белла [128]: констатовано провідну роль теоретичного знання як джерела нововведень та визначення політики у суспільстві. Теоретичне знання, за Д. Беллом, не тільки переважає над емпіричним і легалізує у науковій картині використання різноманітних кодифікованих та абстрактно-символічних систем для інтерпретації досвіду, але й набуває нового статусу – джерела інновацій: «...Постіндустріальне суспільство організується навколо знання з метою суспільного контролювання й спрямовування нововведень та змін; а це, у свою чергу, започатковує нові суспільні взаємини і нові структури, які мають скеровуватися політично» [4, с.214].

Уточнення потребує питання, що Д. Белл має на увазі під теоретичним знанням і чому віддає йому перевагу серед інших виділених ним 5 типів знань¹.

¹ Белл у своїй роботі наводить таку класифікацію знань: 1) практичні знання, які придатні для використання у роботі, рішеннях та діях (професійні, підприємницькі, знання навичок фізичної праці, знання у сфері ведення домашнього господарства та інших); 2) інтелектуальні знання; 3) марні та розважальні знання; 4) духовні знання; 5) небажані знання, що перебувають у сфері

Дослідник вказує, що кожна людина оточена величезним інформаційним потоком, який складається з різноманітних відомостей, фактів і думок щодо реальної дійсності. Однак цей інформаційний шум лише заважає розібратися у собі та у власному житті й не може бути основою для прийняття рішень.

Тоді на допомогу, вважає Д. Белл, приходять знання, які мають теоретичний характер. Ці знання є набутою цінністю, яку людина використовує для орієнтування в інформаційному просторі, відхилення зайвого і прийняття дійсно корисної для себе інформації. Вони формуються на основі особистого досвіду, помноженого на рівень освіти та навички поводження із сучасною технікою, оскільки техніка і технології виступають основними інструментами досягнення цілей суспільства. Д. Белл пише: «методологічною перспективою другої половини ХХ століття є управління організованою складністю (складністю великих організацій і систем, складністю теорії з великим числом змінних), розпізнання і здійснення стратегій раціонального вибору в іграх проти природи та іграх між особистостями, а також розвиток нової інтелектуальної технології, котра наприкінці століття може стати такою ж визначною в людських справах, якою була машинна технологія для середини минулого століття» [4, с.222]. Але для створення інтелектуальної технології та подальшого її використання людина повинна мати точні знання, які, безумовно, носять науковий характер.

Таким чином, досліджуючи економічну сферу суспільства як таку, що найпершою піддалася змінам в результаті еволюції інформації в провідну виробничу силу соціуму, Д. Белл і виводить нові характеристики нового суспільства, і пояснює роль інформації та знання як провідного напрямку подальшого розвитку людства, що суттєво модифікує традиційну соціальну структуру.

Новий етап у теорії постіндустріалізму, представлений іспанським соціологом Мануелем Кастельсом, значно скоригував ранні концепції Деніела Белла. Ці

корективи мають вирішальне значення як для розуміння інформаційного суспільства, так і ключової ролі інтелектуалів як рушіїв суспільного розвитку.

Як Д. Белл, так і М. Кастельс розуміли технологію як «використання наукового знання для специфічного способу речей». Однак якщо Деніел Белл схилився до редукції високих технологій до суто інтелектуальної діяльності, вбачаючи в науці еквівалент «інтелектуальної технології», то Мануель Кастельс запропонував ширшу концепцію «інформаційної технології (парадигми)», яка «...безпосереднім чином впливає на виробництво інформації, ... стосується всіх видів людської діяльності, що перебувають під технологічним впливом... [диктує логіку] трансформацій соціальної системи, яку ініціює інформаційна технологія... свідчить про гнучкість інформаційно-технологічної парадигми за рахунок високої здатності до реконфігурації» [35, с.69].

М. Кастельс підкреслює, що інформаційна технологія включає в себе матеріальні засоби, виділяючи як результат не тільки ідеальний, а й матеріальний продукт. Для нього це сукупність технологій у мікроелектроніці, створенні обчислювальної техніки (машин і програмного забезпечення), телекомунікації/мовленні, оптико-електронній промисловості та навіть у генній інженерії. Тобто основою розвитку є динамічні відносини між працею та матерією в процесі трудової діяльності, а технологія є специфічною формою цих відносин. Цей процес включає використання засобів виробництва для впливу на матерію, що ґрунтується на енергії, знаннях та інформації. Важливо, що для М. Кастельса сама інформація є не просто кінцевим продуктом, а радше сировиною. Виробнича система нового, інформаційного суспільства, організовується навколо принципів максимізації продуктивності, що базується на знанні, завдяки розвитку та поширенню інформаційних технологій [158, с.48].

Цей погляд підкреслює критичну роль інтелектуалів. Технологія, будучи ресурсним потенціалом розвитку суспільства, пропонує різні варіанти соціальних змін. Однак саме суспільство (а отже, й інтелектуали, як його рушійна сила) повинне

вміти приймати рішення та обирати напрямок руху [158, с.26], М. Кастельс відкидає ідею технологічного детермінізму, за якою технології розвиваються за власними законами і автоматично призводять до певних соціальних змін. Він стверджує, що технології не є однозначним визначальним фактором розвитку суспільства, так само як і суспільство не має прямого впливу на напрямок технологічних змін. Технології є лише одним із багатьох елементів, що формують суспільство. І навпаки: хоча суспільні потреби можуть стимулювати розвиток певних технологій, вони не можуть прямо визначити напрямок наукових відкриттів та інновацій.

У цьому контексті роль інтелектуалів стає центральною. Вони є тими акторами, які, використовуючи знання як сировину та технології як інструмент, осмислюють, аналізують, критикують та формулюють напрямки розвитку. Саме інтелектуали, завдяки своїй здатності до глибокого аналізу та бачення перспектив, виступають ключовими суб'єктами прийняття рішень щодо використання технологічного потенціалу для трансформації суспільства. Вони не просто створюють технології (як це могло б впливати з концепції Д. Белла), а й формують суспільний вибір, визначають етичні та соціальні рамки їхнього застосування, тим самим активно впливаючи на архітектуру інформаційного суспільства.

Американський філософ та футуролог Елвін Тоффлер у своїй трилогії «Третя хвиля» (1980) запропонував власну феноменологію історичного процесу, в основі якої лежить інформаційно-знаннєва компонента. Він не лише передбачив, але й активно дослідив напрямки та інструменти кардинальних суспільних змін, підкреслюючи в цьому контексті вирішальну роль інтелектуалів.

Дослідник розглядав сучасний йому етап суспільного розвитку як переддень грандіозної технологічної революції, порівнюваної за масштабом з переходом до аграрної (Перша хвиля) та індустріальної (Друга хвиля) цивілізацій. Ця «нова хвиля», на його думку, означає перехід до надіндустріальної цивілізації – найбільшої трансформації суспільства, що передбачає всебічне перетворення всіх форм соціального та індивідуального буття. Важливо, що це не соціальна революція у

звичному розумінні, а еволюційний процес технологічних змін, які повільно визрівають у надрах старої цивілізації, але призводять до зламу соціальних систем і викликають глибинні потрясіння [118, с.23]. За словами Е. Тоффлера, чим швидше людство, кероване інтелектуальним усвідомленням, зрозуміє потреби переходу до нової хвилі, тим меншою буде небезпека появи цих потрясінь, насильства та диктату.

Застосовуючи свій унікальний підхід – хвилефронтальний аналіз соціальних процесів – Е. Тоффлер аналізував техніко-економічні та інформаційно-комунікативні фактори в суспільному розвитку. Він доводить, що домінантні принципи індустріальної епохи (другої хвилі), як-от стандартизація, спеціалізація та синхронізація, уможливили не лише масове виробництво товарів, але й масове виробництво інформації. Ця інформація, завдяки створеним комунікаційним каналам, розподілялася так само ефективно, як товари та сировина в налагодженому фабричному процесі [118, с.38].

Проте нові науково-технологічні досягнення поступово виявили обмеженість дії принципів «другої хвилі» (індустріальної епохи), оскільки їхні життєві та філософські концепції не усували головної суперечності тієї епохи – протиріччя виробництва та споживання. Саме тут постає Третя хвиля, що несе нові погляди людства на світ і новий спосіб життя. Цей спосіб життя, за Е. Тоффлером, заснований на поєднанні поновлюваних джерел енергії, індивідуальних методах виробництва та новій виробничій структурі, яку він уявляє як «електронний котедж». Зміна технологічного укладу спричиняє і соціальні зрушення: на перший план соціальних змін мають вийти сили, що прагнуть і вміють використовувати нові технологічні можливості.

Е. Тоффлер чітко ідентифікує ці сили, вбачаючи їх у таких групах, як захисники довкілля, реформатори праці, широкі коаліції громадянських платформ, релігійних організацій та борців за «нову нуклеарну» родину [118, с.38]. Однак особливо важливою для нього є тенденція до створення нового інтелектуального середовища,

заснованого на комп'ютерних мережах. Дослідник відзначає, що комп'ютер, зменшуючись в обсягах та вартості, але збільшуючись у продуктивності та потужності, стає доступнішим масовому користувачу. Це зумовлює необхідність опанування цими користувачами нових навичок знань та технологій з отримання та переробки інформації. З цього Тоффлер робить ключовий висновок: інформаційний бум призведе до зростання значення інтелектуальної праці й творчості в усіх сферах життя та виробництва.

Новий соціум, як соціум, заснований на знаннях, обґрунтовує у своїй роботі «Посткапіталістичне суспільство» (1993) Пітер Друкер [169]. У цій роботі він показав становлення знання як найважливішого ресурсу, що перевершує за значенням як капітал, так і працю. Інформація є основою знання; вона, набуваючи певної систематизації та цілеспрямованості, стає основою для інновацій, продуктивності та економічного зростання [169]. П. Друкеру також належить термін «працівники знань», який він увів в науковий обіг у більш ранній роботі – «Орієнтири завтрашнього дня» (1959) – для опису нового класу працівників, чия основна діяльність полягає в створенні, обробці, застосуванні та поширенні інформації та знань. Ці працівники володіють теоретичними та аналітичними знаннями, отриманими через формальне навчання, і використовують їх для розроблення продуктів, послуг, вирішення складних проблем та прийняття рішень. Вони є рушійною силою «суспільства знань» [167]. У роботах «Виклики для менеджменту XXI століття» (1999) [38] та «Управління в наступному суспільстві» (2002) [168] П. Друкер обґрунтовує необхідність докорінної зміни підходів до управління. Адже працівники знань, на відміну від «ручних працівників», не потребують прямого нагляду, оскільки їхня робота часто є самостійною та творчою. Завдання керівництва полягає в тому, щоб забезпечити їм автономію, можливості для навчання та розвитку, а також створити середовище, що сприяє інноваціям та співпраці. Ще одна важлива ідея автора, яка стосується розвитку знань та інформації в сучасному суспільстві пов'язана з новими способами осмислення інформації, які

він розумів як постійне вибудовування нових життєвих та технологічних концепцій. Звідси випливає важливість для всіх людей, а особливо для працівників знань, постійного навчання (lifelong learning), перенавчання (unlearning) та розвитку навичок для того, щоб залишатися конкурентоспроможними та адаптуватися до нових викликів.

Таким чином, описуючи соціальну дійсність, що народжується, представники постіндустріальної теорії фіксують базові ознаки нового соціального порядку, які полягають у тому, що:

1) **знання та інформація перетворюються на ключовий ресурс суспільства:** влада та цінність переходить до тих, хто володіє, створює, обробляє та поширює знання (Дж. Гелбрейт, П. Друкер); економічна діяльність зміщується від виробництва товарів до виробництва послуг, де інтелектуальні технології та інформація є базисом (Д. Белл); докорінно змінюється ролі науки та інновацій, теоретичного знання та інформації, що стають новим ресурсом (джерелом) розвитку у суспільстві, орієнтованому на майбутнє (Д. Белл, М. Кастельс);

2) **формуються та починають домінувати нові соціальні суб'єкти – «працівники знань» та «техноструктура»,** представники якої стають ключовими носіями влади, адже їхні знання та колективне прийняття рішень є рушійною силою інновацій, допомагають долати складність сучасного світу та формувати стратегічні рішення. Як зазначали Д. Белл і П. Друкер, саме ці професіонали та працівники знань – інженери, вчені, аналітики – завдяки своїм теоретичним та аналітичним знанням, що ґрунтуються на інформації, визначають розвиток суспільства, створюють нові продукти та послуги, розв'язують проблеми й приймають ключові рішення, відіграючи провідну роль у формуванні нового соціального порядку;

3) **змінюється сутність управління та якості соціуму:** важливим стає колективне прийняття рішень для досягнення стабільних позицій на ринку (Дж. Гелбрейт). Управління в цьому порядку має фокусуватися на наданні автономії працівникам знань, створенні умов для їхнього навчання, розвитку, а також

середовища, що сприяє інноваціям та співпраці, замість прямого контролю (П. Друкер). Ця ідея доповнюється ідеєю гнучкості інформаційно-технологічної парадигми, яка завдяки своїй високій здатності до реконфігурації впливає на всі сфери людської діяльності (М. Кастельс);

4) *трансформуються соціальні цінності та змінюється якість людського життя*, що вимірюється доступністю послуг та зручностей, пов'язаних з охороною здоров'я, освітою, наукою, відпочинком та культурою (Д. Белл); основне значення мають не м'язова сила чи енергія, а інформація та взаємодія між людьми (Д. Белл); змінюється моральний настрій людей, з'являється прагнення активно впливати на зміни свого життя за допомогою технічних та наукових можливостей (Д. Белл);

5) *фіксується новий рівень взаємодії технологій та суспільства*: технології не є однозначним визначальним фактором розвитку суспільства, так само як і суспільство не має прямого впливу на напрямок технологічних змін – це лише один із багатьох елементів, що формують суспільство (М. Кастельс); суб'єктом вибору напрямку розвитку стають інтелектуали, які, використовуючи знання та технології, осмислюють, аналізують, критикують та формулюють візії майбутнього, визначаючи етичні та соціальні рамки застосування технологій (М. Кастельс).

З постіндустріалізму постала безпосередньо концепція *інформаційного суспільства*, як спроба конкретизувати та розвинути ідеї постіндустріального суспільства, підкреслюючи центральну роль інформації та технологій у формуванні нового соціального та економічного ландшафту.

Одна з найбільш розроблених філософських концепцій інформаційного суспільства належить японському вченому Йодзі Масуді. У своїй роботі «Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство» (1983) [214] він відзначає що прискорення зміни поколінь комп'ютерної техніки дає підстави говорити про новий тип суспільства, яке ґрунтується на таких основних принципах:

- *первинна інновація*: Й. Масуда визначає комп'ютерну технологію як початкову інноваційну основу, чією основною функцією є заміщення та вдосконалення розумової праці людини;
- *каталізатор*: інформаційна революція (за аналогією з енергетичною в індустріальному суспільстві) є каталізатором масового виробництва інформаційного продукту;
- *соцієтальний символ*: дослідник визначає інформаційну інфраструктуру як соцієтальний символ цього типу суспільства (на противагу заводу в суспільстві індустріальному);
- *економічний розвиток*: інформаційний простір розширюватиметься за рахунок розширення меж пізнання (а не завоювання нових земель), а провідними економічними галузями стануть інтелектуальні індустрії, сформовані на основі індустрії знань.

Фундаментальним принципом суспільства має стати принцип загальної мети, що досягатиметься соціоекономічною групою як провідним суб'єктом, об'єднаною громадянським суспільством, принципом синергії та суспільної користі. Соціальний порядок підтримуватиметься автономними та комплементарними функціями добровільного громадянського суспільства.

Й. Масуда пропонує нову, цілісну та гуманну утопію XXI ст., названу «Комп'ютопією» [76]. Ця концепція містить такі параметри: переслідування та реалізація цінностей часу, свобода вирішення та рівність можливостей, розквіт різних вільних угруповань, синергетичний взаємозв'язок у суспільстві, а також функціональні об'єднання, вільні від надкеруючої влади. Нове суспільство потенційно матиме можливість досягти ідеальної форми суспільних відносин, оскільки функціонуватиме на основі синергетичної раціональності, яка має замінити принцип вільної конкуренції індустріального суспільства.

Сучасним апологетом концепції інформаційного суспільства можна вважати такого всесвітньо відомого філософа, як Андерс Індсет, через його зосередженість на

діджиталізації, постійному навчанні та зміні ролі знання в сучасному світі. У своєму бестселері «Квантова економіка» (2020) він відображає складність і багатомірність сучасних інформаційних процесів і описує, яким чином сучасні економічні моделі можуть адаптуватися до реалій, що формуються під впливом інформаційної революції та її наслідків. Його візія подальшого розвитку суспільства передбачає три такі сценарії:

1) Фатальне інформаційне суспільство: цей сценарій описує інформаційний простір, де повна свобода інтернету та технологій призводить до масового поширення фейкових новин і недостовірних тверджень із ненадійних джерел. Це суспільство, в якому інформаційний шум перешкоджає пошуку істини та підриває довіру.

2) Суспільство знань: Цей сценарій пропонує розв'язання проблем фатального інформаційного суспільства. Воно фокусується на забезпеченні достовірної та прозорої інформації за допомогою технологій, що стимулюють довіру та цифрову валідацію даних. Алгоритми та блокчейн вже сьогодні використовуються для перевірки та підтвердження інформації, допомагаючи людям, організаціям та підприємствам орієнтуватися на надійність.

3) Квантопічне суспільство здорового глузду: Це гібридний сценарій, що поєднує елементи обох попередніх, але додає новий вимір. У ньому доступ до знань мають як штучний, так і природний інтелект. Знання продукуються спільними зусиллями штучного інтелекту, людської свідомості, розуму, досвіду та цілей, створюючи симбіотичну систему для виробництва та використання знань [47].

Очевидно, що описані сценарії відображають різні аспекти розвитку інформаційного суспільства і тим чи іншим чином вже присутні в соціальній реальності. Так, «фатальне інформаційне суспільство» є вже існуючою реальністю та серйозним викликом. «Суспільство знань» є бажаною метою, до якої прагнуть багато акторів, існують технологічні інструменти для його реалізації, але його повне впровадження залежить від успіху боротьби з дезінформацією та готовності

суспільства інвестувати в достовірність. «Квантопічне суспільство здорового глузду» є найбільш гіпотетичним і відображає довгострокові прагнення до інтеграції людського та штучного інтелекту у створенні знань, але стикається з фундаментальними технологічними, етичними та філософськими викликами, які ще не вирішені. Сам А. Індсет, зі своїм фокусом на «квантовій парадигмі» та відмовою від лінійності, ймовірно, вважає, що ми рухаємося до сценарію, який поєднує елементи всіх трьох, де невизначеність і складність будуть ключовими, а здатність до «мудрості» у хаосі стане визначальною. Це не чіткий перехід від одного до іншого, а співіснування та взаємодія цих тенденцій.

Проведений аналіз дає підстави для таких попередніх висновків.

Поняття інформації є фундаментальним та ключовим для широкого кола досліджень, пов'язаних як із проблемами визначення її онтологічних якостей, так і з проблемами трансформації суспільства та людської особистості. Його сучасне розуміння є результатом еволюції від абстрактного технічного поняття до ключового соціального, економічного та політичного фактора. Інформація сьогодні є не просто даними, а основою для формування нових соціальних структур, нових еліт, нових цінностей та нового типу суспільства, де інтелектуальна праця та технології відіграють вирішальну роль.

В останні п'ятдесят років у суспільстві відбуваються масштабні глобальні зміни, спричинені розвитком інформації, науково-технічного прогресу та появою нових «суспільствотвірних» технологій. Ці трансформації знайшли теоретичне висвітлення в низці концепцій, зокрема в постіндустріальній теорії та різноманітних концепціях інформаційного суспільства (включно з концепцією суспільства знань).

Саме теоретики постіндустріального суспільства першими наголосили, що основою виробничих процесів стає інформація та інтелектуальні технології, які ґрунтуються на комп'ютерній обробці даних. Вони також обґрунтували зростання в суспільстві ролі наукового та теоретичного знання.

Спробою визначити новий стан цивілізації через аналіз інформаційних процесів стала концепція інформаційного суспільства. Вона встановила, що повноцінно інформаційним суспільством може бути назване те, яке не лише: володіє високим рівнем інформаційних технологій і є конкурентоспроможним на світовому ринку; насичене комп'ютерами у всіх сферах (побут, виробництво, управління); самостійно виробляє необхідну інформацію. З-поміж іншого таке суспільство також характеризується: прискореною автоматизацією та роботизацією сфер виробництва та управління; радикальною трансформацією соціальних структур, що викликає зростання обсягу сфери інформаційної діяльності та послуг. Але розвиток інформаційного суспільства – це складний і багатогранний процес, що передбачає співіснування різних тенденцій. Сучасність уже демонструє виклики «фатального» сценарію, тоді як перехід до «суспільства знань» є актуальною ціллю. «Квантопічне суспільство» залишається довгостроковою візією, що вимагає подальшого осмислення взаємодії людського та штучного інтелекту.

Іншим важливим поняттям, яке інформацію та знання ставить в центр людського розвитку і за допомогою якого описується сучасний стан суспільства, є поняття «мережеве суспільство». До дослідження мереж як таких, що впливають на будь-яку комунікацію в матеріальному світі, в різні часи долучилися фахівці з фізики, біології, лінгвістики, психології та соціології. Оскільки в межах цієї роботи мережеве суспільство є методологічною рамкою подальшого опису впливу інформації на трансформації, яких зазнають соціальні інститути суспільства, воно буде розглянуто окремо в наступному пункті нашого дослідження.

1.2 Методологічні засади дослідження мережевого суспільства

Український філософ Я. Любивий у своїй статті про мережеве суспільство як соціально-комунікативний феномен [74] наводить великий спектр метафоричних порівнянь, що враховує розмаїття мереж в усіх сегментах суспільства. Так, за його

прикладом, першим мислителем, який поставився до свого об'єкта дослідження як до мережі, був Ф. де Соссюр. Мова для нього є своєрідною матрицею, окремі комірочки якої можуть багаторазово дублюватися й клонуватися [74, с.19]. Автор теорії обміну, соціолог Дж. Хоманс представив суспільство як систему горизонтальних обмінів між індивідами, яка супроводжується винагородами і витратами, а його послідовники удосконалили цю модель, додавши вертикальні зв'язки і кількість суб'єктів взаємодії; а ще пізніше соціальні дослідники, яких за деякий час узагальнюють як представників мережевого підходу, показали, що за складними жорсткими структурами суспільних відносин завжди стоять гнучкі упорядковані мережеві моделі. Залежно від місця в мережах суб'єкти (індивідуальні, корпоративні) можуть мати різний доступ до цінних ресурсів – влади, інформації, добробуту [242].

Відтак, розмірковуючи про суспільство, його структуру і взаємовідносини структур у поняттях мереж, ці та інші дослідники допустили ідеї про нову морфологію суспільства, про різноспрямовані напрями його комунікацій і про нові функціональні ролі соціальних структур та підсистем, які відповідають за ключові сфери суспільного життя. Однак, як показує один з авторів терміну «мережеве суспільство» Мануель Кастельс, лише в останню третину XX століття, з появою складних цифрових технологій мережевих комунікацій, повсякденне життя сучасної людини змінилося радикально, а мережі як основна форма організації та взаємодії соціальних, політичних та економічних сил інституціалізувалися. «І простір, і час трансформуються під спільним впливом інформаційно-комунікаційної парадигми та соціальних форм та процесів, викликаних поточним процесом історичних змін» [158, с.9], – пише він у першій частині своєї трилогії про зародження мережевого суспільства. Не дивно тому, що аналіз функціонування основ мережевого суспільства містить твердження про трансформацію людського досвіду у зв'язку зі змінами, що відбуваються у всіх сферах сучасного буття.

Такі трансформації людського досвіду можна досліджувати в різних вимірах (соціологічному, політологічному, економічному, комунікаційному тощо), але специфіка соціально-філософського дослідження і предмет нашої роботи – інформація – повертає нас до пошуку концептуальних визначень ключових понять мережевого суспільства, як-от «мережа», «інформація», «знання», «реальність», «ідентичність», а також до дослідження змін у соціальних взаємодіях в епоху інтернету, інформаційного перевантаження, влади алгоритмів і штучного інтелекту.

Для виділення базових характеристик мережевого суспільства розглянемо роботи і погляди представників мережевого підходу – М. Кастельса, Я. ван Дейка; характер соціальних взаємодій у мережевому суспільстві розглянемо, базуючись на основних положеннях робіт канадського дослідника, літературознавця, соціолога, культуролога Маршалла Маклуена та їх інтерпретаціях.

Теоретики мережевого суспільства, передусім Мануель Кастельс та Ян Ван Дейк, осмислюють мережу як основу нового соціального порядку і виділяють такі її фундаментальні властивості, як складні комунікаційні технології на базі Всесвітньої мережі та інституційні властивості мережі в соціальних, політичних, економічних, культурних та інших конфігураціях соціальних груп та спільнот.

Детальний аналіз соціальних трансформацій, які ведуть до нового якісного стану сучасного суспільства, Мануель Кастельс демонструє в роботах «Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства» [49] та «Влада комунікації» [157].

Мережеве суспільство в цілому М. Кастельс характеризує як таке, що зорганізувалось завдяки доступній електронній інформації та комунікативним технологіям та чия соціальна структура вибудовується навколо мереж, які активуються за допомогою переведеної у цифрову форму інформації та засновуються на мікроелектроніці комунікаційних технологій [157]. Тобто, за М. Кастельсом, новою основою суспільної будови є певна технологічна парадигма, що змінює людську повсякденність [113]. І зміна ця стала можливою завдяки

винайденню інтернету, який створив можливості інтерактивної комунікації в режимі реального часу та в масштабах усієї планети. При цьому знання та інформація, як вважає М. Кастельс, не детермінують суспільну трансформацію, оскільки вони завжди були основою суспільного розвитку. Саме мережа фіксує процес технологізації сучасних соціальних відносин, а інформація та знання є тими «золотими граалями», доступ до яких вона забезпечує.

У роботі «Зростання мережевого суспільства» [159] М. Кастельс розглядає мережі як відкриті структури, які можуть необмежено розширюватися шляхом включення нових вузлів, якщо ті здатні до комунікації в межах мережі, тобто використовують аналогічні комунікаційні коди, приміром цінності або виробничі задачі. Мережі в суспільстві мають вигляд комунікативних структур, в яких в координатах часу і простору моделюються потоки інформаційних повідомлень між суб'єктами. Тож мережі, на думку дослідника, – це виробники інформаційних потоків між вузлами. У структурі інформаційних потоків М. Кастельс виокремлює чотири шари інтернет-культури, яка пов'язана безпосередньо з виробниками інформації: техномеритократичну, культуру хакерів, культуру підприємців та культуру віртуальної громади. Саме акцентуючи на виділених ним спільнотах виробників інформації, він формулює принципи взаємодії мережевих суб'єктів. Адже поміж собою, на думку М. Кастельса, мережі або співпрацюють, або конкурують. Співпраця можлива за наявності у мереж спільного коду – як-то цінностей оперативної сумісності чи доступу до точок перетину. Конкуренція ж відбувається, якщо одна мережа перевершує інші в ефективності виконання поставлених задач або має більші здатності до масштабування за рахунок об'єднання (поглинання) з іншими мережами [159, с.235]. У будь-якому разі цим міркуванням дослідник підкреслює гнучкість, адаптивність та здатність до самозростання цих визначених ним соціальних одиниць.

Важливою ідеєю М. Кастельса, яка безпосередньо пов'язана з трансформацією об'єкта нашого дослідження – соціальних інститутів – є зміна логіки організації

самих соціальних інститутів у наш час. У минулому, коли соціальні інститути були вертикально вибудуваними організаціями, соціально-значуща інформація поширювалась як односторонні потоки управлінських команд. У мережевому суспільстві разом зі зміною характеру напрямів проходження інформації вона набуває цифрової форми та є різноспрямованою, адже сама соціальна структура вибудовується навколо мереж. Про це М. Кастельс розмірковує в роботі «Влада комунікації» [157]. У роботі «Зростання мережевого суспільства» [159] він знову повторює, що найважливіші суспільні функції (соціальні інститути – *Г.Т.*) зорганізуються в мережеві структури в просторі потоків, що плинуть по всьому світу. При цьому другорядні суспільні функції та окремі особи, що локалізуються, залишаються відірваними один від одного. Про те, що простір мереж стає ядром сучасної суспільної організації, пишуть і українські філософи С. Дацюк (обґрунтовуючи ідею мережевої громади) [33], Я. Пасько (обґрунтовуючи взаємозв'язок між ієрархічною та мережевою організацією суспільства як двох типів суспільного порядку) [85], Р. Войтович (обґрунтовуючи мережі як фактор соціально-політичних та культурно-історичних змін в сучасному світі) [19]. Свою ідею змін через мережі Р. Войтович обмірковує в контексті набуття нових цінностей для тих індивідів та груп, хто виявився задіяним у процесах мережевої комунікації: у них формуються свої цінності, коди та кодекси, створюються нові патерни, пов'язані з владою та управлінням [19].

Проте ця ж всепроникність мереж породжує серйозні виклики. На противагу очікуванням на повне подолання ієрархії, історик Ніл Фергюсон у роботі «Площі та вежі» [62] вказує на те, що масове використання комп'ютерних соціальних мереж спричинило нові форми соціального контролю та впливу. Фергюсон обґрунтовує, що замість чистої демократизації мережі посилюють масштабне поширення популізму, оскільки їхня архітектура спрямована на те, щоб «задовольняти наш соліпсизм... та невситимий апетит до новин про знаменитостей». Таким чином, в умовах сучасної цифрової цивілізації (як зауважує Я. Пасько у [85]) пошук істини все частіше

залежить від конфігурацій соціальних алгоритмів, а не від критичного аналізу, що ставить під сумнів абсолютну автономність горизонтальних мереж і демонструє їхній суперечливий потенціал як для самоорганізації, так і для маніпулятивного контролю.

Нові цінності групової та індивідуальної мережевої комунікації яскраво проявляються в сучасному українському суспільстві, особливо під впливом історичних, політичних та соціальних факторів, пов'язаних з повномасштабним вторгненням росії. Таку унікальну особливість українського мережевого суспільства як здатність до мобілізації та самоорганізації описано зокрема в роботі українського експерта А. Руденка [99], де він показує, як інтернет і соціальні мережі стали ключовими інструментами для швидкої мобілізації громадян, координації волонтерських рухів та збору коштів під час Революції Гідності та війни на Донбасі. Я. Пасько у своїй статті зауважує, що значення соціальних мереж зростає в процесі делегітимізації старих «великих ідеологій» і появи сучасної цифрової цивілізації. Поява кіберпростору, який є важливою складовою сучасної комунікаційної культури, спричиняє суперечливі впливи на формування життєсвіту людини. На думку автора, створюється нова епістемологічна й соціальна реальність, в якій пошук істини далеко не завжди обумовлюється якістю критичного аналізу й раціонального обговорення, а залежить радше від конфігурацій соціальних алгоритмів [85].

У статті Є. Ворожейкіна простежено використання соціальних мереж та месенджерів як засобів громадянської самоорганізації на початку повномасштабного вторгнення росії в Україну в 2022 році. Відзначені автором такі унікальні речі, як «використання месенджера Telegram для координування та організації рухів, консолідація громадянських рухів з діями політичної еліти через пости в Twitter, публікація текстів, направлених на відокремлення українського народу від російського, показ методів колоніальної політики росії щодо України, а також організація DDoS-атак» свідчать, на його думку, про «розвиток горизонтальної

структуризації суспільних відносин в Україні та індивідуальної ініціативності, що є важливими характеристиками громадянського суспільства» [20]. Дуже важливою характеристикою української мережевої спільноти, як показано в роботі О. Пугачова, на сьогодні є різноманітні форми та способи її протидії викликам і загрозам інформаційної безпеки, що охоплюють такі напрями, як кібербезпека, пропаганда та інформаційна війна, технологічні виклики та психологічні впливи на колективну свідомість населення [96]. Наразі можна констатувати, що українська мережева спільнота вже пройшла значний шлях у розвитку цих способів протидії. Так, для забезпечення цифрової гігієни та кібербезпеки впроваджено ряд державних та громадських ініціатив (наприклад, «Дія. Цифрова освіта», проєкти CERT-UA, кіберполіції), що підвищують цифрову грамотність населення, все більше українців та організацій використовують двофакторну або багатофакторну автентифікацію для захисту своїх акаунтів. Викликам пропаганди та інформаційної війни протистоять фактчекінгові організації «StopFake», «Детектор Медіа», «VoxCheck» тощо, які активно виявляють та спростовують фейкові новини та маніпуляції; багато освітніх програм та громадських ініціатив інтегрують уроки медіаграмотності, навчаючи розпізнавати пропаганду. Окрім того, українці часто спільно обговорюють новини в соціальних мережах, виявляючи сумнівні джерела та вказуючи на невідповідності. На адаптивність до технологічних змін вказує все більший рівень діджиталізації державних послуг («Дія»), активне впровадження цивільних технологій (дрони, системи зв'язку) у військову справу, залучення української ІТ-галузі до кіберзахисту, розробки нових інструментів та надання експертної допомоги. Нарешті, попри спроби ворога посіяти паніку та розкол, українське суспільство демонструє високий рівень єдності та стійкості, зокрема за рахунок збільшення ініціатив з надання психологічної допомоги як офіційних, так і волонтерських, щоб допомогти населенню впоратися зі стресом, розвитку такого важливого інструменту для подолання страху та підтримки морального духу як мем-культура та гумор в соцмережах.

У пункті першому цієї роботи при аналізі принципів організації інформаційного суспільства було зазначено, що його найважливішими характеристиками є раціональність, науковість та рефлексивність. Інформація, її відтворення та обмін є основою розвитку такого суспільства, а підвищення рівня інформаційно-комунікаційних технологій передбачає високий рівень знань та освіти членів інформаційного суспільства (звідси його характеристика як «суспільства знання»). Велику роль у формуванні світогляду та кола інтересів суб'єктів інформаційного суспільства відіграють медіа як основна форма виробництва та обміну інформацією.

Найбільше, як показує ще один відомий теоретик мережевого суспільства, Ян ван Дейк, ці форми мають вигляд соціальних та медіамереж. Мережу цей дослідник в роботі «Мережеве суспільство» визначає як форму суспільства, що все більше і більше організує свої відносини в медіамережах, що поступово замінюють або доповнюють соціальні мережі особистої комунікації. Таке заміщення особистої комунікації цифровою свідчить, що соціальні мережі та медіамережі формують основний спосіб організації та найважливіші структури сучасного суспільства [164]. Далі він представляє типологію мереж, які, на його думку, є системами конкретних зв'язків у всьому різноманітті абстрактних відносин поміж індивідами. Детермінантою соціальних мереж Я. ван Дейк визначає мову, сфери функціонування якої зумовлюють наступну класифікацію соціальних мереж:

- соціальні мережі, що функціонують на рівні індивідів: родинні, дружні, професійні, сусідські спільноти тощо. Домінуючими каналами комунікації тут є електронна пошта та мобільний зв'язок;
- внутрішньогрупові та внутрішньоорганізаційні соціальні мережі, інституціональні та проектні зв'язки. Домінуючими каналами комунікації є ті, які розвивають в мережі самі організації. Це дозволяє груповим структурам бути більш гнучкими та незалежними від умов простору та часу;

- суспільно-групові соціальні мережі, взаємодія в яких відбувається на рівні найбільш значущих для суспільства сфер: економіка, політика, культура – і вони представлені авторитетними для соціуму соціальними та медіамережами;
- глобальні мережі представлені взаємодією міжнародних організацій та корпорацій, і така взаємодія уможлиблюється завдяки розвитку міжнародних телекомунікаційних та комп'ютерних мереж [164].

Так само, як і М. Кастельс, багато уваги Ян ван Дейк приділяє аналізу вертикальних і горизонтальних побудов всередині мереж, ієрархічним та гетероієрархічним відносинам, наполягаючи, що саме гетероієрархії складають основу мережевого суспільства і тим самим забезпечують гнучкість його організаційної структури. Окрім того, як зазначає Е. Войнова, відмінність підходу Я. ван Дейка від підходу М. Кастельса та інших представників мережевих теорій полягає в тому, що він зосереджується не на морфології зв'язків та вузлів в структурі та механізмах мережевої моделі, а на характеристиках цих елементів, зокрема на обмеженнях людського організму як елемента мережі та необмежених можливостях цифрових комунікаційних мереж, що функціонують за межами простору і часу [18]. Продовжуючи цю думку, можна відзначити, що основний спосіб організації найбільш важливих структур на всіх рівнях (особливо інституціональному) будується на основі комбінації соціальних та медіамереж.

І ще одним важливим акцентом концепції Я. ван Дейка є твердження, що основою сучасного суспільства є не власне мережі (як у М. Кастельса) а люди – від окремого індивіда до великих соціальних груп. Мережі лише оформлюють сучасні соціальні відносини, і таке оформлення має характер нівелювання кордонів в особистісних, організаційних та масових комунікаціях [164].

Тому мережеве суспільство, за Я. ван Дейком, не є новим типом суспільства, хоча мережеві комунікації суттєво прискорюють поширення як соціальних інновацій і цінностей, так і соціальних криз. Це лише характеристика сучасного суспільства, а

сама мережа – це метафора, яка найліпшим чином відображає важливі тенденції суспільного розвитку.

Таким чином, аналіз концепцій класиків мережевої теорії дозволяє відзначити їх різне розуміння впливу мережевих відносин на суспільство. М. Кастельс наполягає, що це новий тип суспільства з новим способом суспільної організації, а Я. ван Дейк говорить про мережу як можливість сучасного суспільства стати більш гнучким, індивідуалізованим та децентралізованим. І такі їх різні висновки обумовлені різним предметом аналізу. М. Кастельс говорить про архітектуру суспільства, тоді як Я. ван Дейк – про його нервову тканину – людей та людські спільноти. Саме їх голландський дослідник визначає основою мережевого суспільства, як таких, що пов'язані один з одним постійними інформаційними та комунікаційними зв'язками. Використання інтернету дає можливість людині побачити весь світ у себе на роботі і вдома. Ян ван Дейк стверджує, що паперові засоби комунікації, як-от газети та листи, поступово застарівають і відходять на другий план, тоді як основним засобом комунікації в мережі стають нові медіа.

Отже, наступною важливою методологічною концепцією мережевого підходу є *концепція нових медіа*, сформована теоріями багатьох соціальних дослідників і розвитком онлайн-комунікацій. Як зазначають М. Лістер, Дж. Даві та С. Гіддінс, час появи «нових медіа» фіксується у 1980-х, з моменту поширення комп'ютерних та мережевих технологій. Принципова відмінність «нових медіа» полягає в їхній децентралізованості та використанні цифрових технологій для створення, зберігання, трансляції та відтворення інформації. Ключовою особливістю є значна участь споживачів у процесі створення та контролю інформаційного контенту. Інформація в «нових медіа» переважно мультимедійна, тобто поєднує текст, нерухомі зображення, відео та звук. Споживання таким способом поданої інформації вимагає активнішої участі людини: якщо традиційні медіа, як-от телебачення, передбачають пасивне сприймання, то «нові медіа» спираються на інтерактивність,

зокрема взаємодію людини з машинами за допомогою графічного інтерфейсу. Самі ж тексти реалізуються як гіпертексти з нелінійною структурою [206].

Мережі є основним принципом дії нових медіа, оскільки їх структура – рівнозначні центри з численними зв'язками – дає їм можливість протистояти зовнішнім впливам. Усунення чи блокування навіть значної кількості центрів і зв'язків не припиняє діяльності медіа, а нові центри та зв'язки можуть виникати поза зоною впливу шкідливого фактора. Інтернет-технології Web 2.0 є головним прикладом «нових медіа» [206].

Одним з перших, хто звернув увагу на суспільнотвірну здатність медіа, був канадський філософ і медіатеоретик Маршалл Маклуен. Його роботи, особливо «Розуміння медіа. Зовнішні розширення людини» [215] містять багато передбачень щодо процесів, які відбуваються завдяки новим медіа в сучасному мережевому суспільстві. Для розвитку концепції нових медіа як методологічної засади мережевого суспільства важливими, на нашу думку, є його ідеї про технологічний детермінізм людської поведінки та способів мислення, про глобалізацію комунікацій та загального впливу медіа на людину.

Про те, як технології змінюють звички та спосіб мислення людини, він пише у вже згаданій роботі, обґрунтовуючи тезу «засіб комунікації – це повідомлення» (*the medium is the message*). Окрім очевидного трактування цієї тези, що не лише зміст повідомлення, а й сам канал його передачі впливає на сприйняття світу людиною і формує її мислення, існують і більш оригінальні трактовки цієї тези, які безпосередньо розкривають природу мережевого суспільства. Так, канадський науковець М. Федерман закликає зосередитися на тому, що засіб – це певний контекст тієї ідеї, яку Ви передаєте, і від цього контексту будуть залежати наслідки впливу самої ідеї, які ми початково навіть не могли передбачити. У своїй роботі «Що означає («the medium is the message»)» [175] М. Федерман наводить слова М. Маклуена про те, що зміст часто відволікає нас від природи комунікації, і робить висновок, що природа засобу комунікації (*character of the medium*) і є

повідомленням. Отже, фраза «the medium is the message» набуває іншого сенсу, який можна охарактеризувати так: «Новий засіб комунікації несе новий тип інформації».

Ще одну трактовку цього відомого виразу М. Маклуена дав американський комунікативіст Дж. Мейровіц в книзі «Немає відчуття місця: вплив електронних засобів масової інформації на соціальну поведінку» [219]. На думку дослідника, М. Маклуен цією фразою хотів висловити думку про те, що будь-який артефакт, незалежно від того, чи є він засобом комунікації, виконує роль повідомлення для суспільства в цілому, його культури шляхом формування певної моделі людського мислення та поведінки, взаємодії його членів між собою. Для підтвердження цієї думки він наводить приклад, як М. Маклуен обґрунтовує те, що електрика є одним із засобів комунікації, хоча і не несе жодного послання. Адже компанія «Дженерел Електрик» робить прибуток не на продажах електричних ламп, а на русі інформації.

Трактуючи ще одну відому метафору М. Маклуена – про суспільство як «глобальне село» – можна розкрити наступну характеристику нових медіа – глобальність комунікацій. Дослідник використав цю метафору у роботі «Галактика Гутенберга. Становлення людини друкованої книги» [75]. Він протиставляє епоху друкарства, яка сприяла індивідуалізму та лінійному мисленню, епосі електронних медіа, що створюють «глобальне село». І це стає можливим завдяки розвитку нових технологій, можливості миттєво зв'язатися з людьми з будь-якої точки світу, ніби всі ми живемо в одному селі. «Час припинив існувати, простір зник. Ми тепер живемо у «глобальному селі»... де все відбувається одномоментно» [75, с.63]. Глобальність комунікацій сприяє взаємопроникненню культур, створенню нового світового культурного простору і зміні традиційних соціальних структур, у межах яких люди створюють нові форми спілкування та взаємодії. Окрім того, використання образу села, як указує в своїй статті В. Онопрієнко, підкреслює інтимність і безпосередність зв'язків, які стають можливими завдяки новим технологіям [82]. Така інтимність змінює характер самої комунікації і дає можливість для розвитку нової

колективності та руйнуванню традиційного наративу, який до того створювався модерною візуальною культурою.

З розвитком інтернету та цифрових комунікацій нова колективність оформлюється в теоретичну концепцію «колективного інтелекту», яка була розроблена філософом і культурним теоретиком П'єром Леві в середині 1990-х років. Він обґрунтовує форму універсально розподіленого інтелекту, скоординованого в реальному часі та постійно вдосконалюваного. Згідно з П. Леві, колективний інтелект генерує та мобілізує навички за допомогою комунікаційних систем, які надають користувачам децентралізованих спільнот засоби для координації їхніх взаємодій у напрямку колективних зусиль в одному віртуальному середовищі. Таким чином, колективний інтелект стосується навичок та взаємодій; це термін, який охоплює здібності, можливості та потенціал, які громадяни мають індивідуально для досягнення колективних цілей [185].

Маклуенівська ідея «глобального села», що пов'язана зі здатністю електронних медіа об'єднувати та ретрайбалізувати суспільство, генеруючи колективну емпатію, посилену здатністю спостерігати за ситуаціями, що відбуваються в місцях та культурних контекстах, зовсім відмінних від власних, а також левіанська ідея колективного інтелекту у 20-ті роки XXI століття сформували нову ідею соціальної комунікації – сторітелінг, або «новий наратив», який тепер може практикувати будь-який користувач з доступом до інтернету. Сторітелінг – це не просто переказ подій, а цілеспрямована, структурована комунікація, яка зачіпає слухача чи читача на емоційному рівні, сприяє запам'ятовуванню та впливу інформації. Реалізуючись в різних медіа та з різними цілями, він, на думку Д. Гомес, формує інтерактивну та партисипативну медіакультуру, де користувачі взаємодіють з контентом та між собою [185].

Медіавчений Генрі Дженкінс запропонував концепцію «культури конвергенції» як перетин, «де старі та нові медіа стикаються, де низові та корпоративні медіа перетинаються, де сила медіапродюсера та сила медіаспоживача взаємодіють

непередбачуваними способами» [196]. З цього підходу Г. Дженкінс розробив модель «партисипативної культури», де корпоративні медіапродюсери та споживачі є учасниками, які взаємодіють у контексті, в якому відбувається злиття між старими моделями медіа та їхніми недавніми низовими аналогами. «Конвергенція» стосується різноманітних способів, якими контент, користувачі, комунікація та співпраця протікають через медіаплатформи, галузі та пристрої, тоді як культура конвергенції – це здатність людей відігравати більш активну роль у створенні культури, яку вони споживають. Отже, у соціальному світі, описаному Г. Дженкінсом, конвергенція мотивує участь та колективний інтелект.

Г. Дженкінс, серед інших вчених, сприймає цифрові платформи для фанатів як опозиційні сили, які корпоративні медіапродюсери повинні враховувати. Відповідно, ми є свідками того, як медіа генерують нові способи запровадження та використання колективного інтелекту, що генерується користувачами. Дедалі частіше продюсери та ведучі масмедіа мають власні акаунти в соціальних мережах для спілкування та підтримки онлайн-розмов з аудиторією. Крім того, масмедіа використовують соціальні мережі для охоплення молодшої аудиторії, яка проводить більше часу в інтернеті, ніж як споживачі традиційних медіа. Для цієї мети телевізійні програми створюють резюме та прямі трансляції, які, розміщені на YouTube, дозволяють користувачам публікувати коментарі, взаємодіючи між собою. Що стосується онлайн-газет, медіаресурси тепер заохочують участь користувачів, розміщуючи розділ коментарів для читачів. Користувачі, публікуючи коментарі на новинних ресурсах, будують колективний діалог, який підтримує роль масмедіа як необхідних «агор», або публічних форумів, де громадяни з різних місць та з різними ідеями та перспективами можуть брати участь у діалозі.

Це відбувається «через надмірність у читача (слухача, глядача) інформації про світ, що уможливорює «розмивання» кордонів звичних понять, переосмислення сформованих уявлень та зміну аксіологічних орієнтацій, які до того задавали людині уявлення про себе. Іноді, переосмислюючи якісь базові етичні поняття, наприклад,

«добро-зло» або «друг-ворог», людина починає переосмислювати власну ідентичність і конструювати себе в якихось нових протиставленнях з контркультурними героями (прибульцями, ворогами), аби утвердитися у власному світі як рятівник (захисник) стабільності. Тоді вона конструює або включається в новий наратив, що існує у віртуальній реальності. І цей наратив, створений за допомогою різних технічних засобів, часто яскравіший, виразніший і привабливіший, аніж той, який пропонує людині реальне життя та реальне оточення. І замість упорядкування і структурування людського світу новий наратив може руйнувати його» [111, с. 200].

Нові якості людини і спільноти, які дійсно розвинулися в мережевому суспільстві, так само започатковані передбаченнями М. Маклуена, зокрема в його роботі «Розуміння медіа: зовнішні розширення людини» [215]. Промовистим у цьому сенсі є наведений ним міф про Нарциса і його трактування: відображення (розширення) Нарциса в дзеркалі заморожує інші його почуття; онімівши, він стає механізмом забезпечення дії свого власного розширеного і повтореного образу. Такою, стверджує дослідник, є дія медіа. І на цьому прикладі він будує свою психологічну теорію медіа. У вказаній роботі він порівнює медіа зі штучними кінцівками, які людина приторочує до себе, втрачаючи при цьому частину самої себе. Кожна нова технологія, на думку дослідника – це своєрідна «ампутація», відчуження частини людської природи [215]. Про сучасну реалізацію цих передбачень, які перетворились на реальні ризики, пише українська дослідниця І.В. Гурова, показуючи, що 40% життя в інтернеті для сучасної людини призводить не до активності, а до пасивного спостереження, імітації життя. Захоплення віртуальними образами та легкість конструювання ідентичностей у мережі можуть призвести до втрати відчуття реальності та навіть до розвитку психічних розладів [30]. Окрім того, як міркує далі дослідниця, вживання людини в образи, що нав'язуються медіа, веде до створення симулякрів (термін Ж. Бодрієра) або репрезентації чогось, чого не існує насправді: «Відчуваючи на собі дію великих

інформаційних ресурсів, людина не встигає раціонально аналізувати та належним чином оцінити наявну інформацію, тим самим вона відкриває для масмедій можливість негативно впливати та маніпулювати її свідомістю» [30, с.58]. Більш розширене спостереження щодо можливостей сприйняття сучасною людиною медіаповідомлень містить стаття О.П. Дзьобаня «Сучасний віртуальний простір: конгеніальність віртуальності й міфу»: «Коли людина опиняється зануреною у віртуальну реальність, “у цифру”, як особливе середовище, виявляються можливими два варіанти її сприйняття. У першому випадку користувач акцентується на чомусь логічному й абстрагованому, всезагальному й подібному. У другому ж випадку користувач занурюється у міфологічне сприйняття навколишнього середовища, акцентується вже на чомусь неповторному, конкретному, емоційно-образному. Таким чином, різні типи світосприйняття в результаті зумовлюють різні типи структурування, побудови віртуального простору, ніби дві проекції світу, що не перетинаються одна з одною. Причина ж такої множинності полягає в акцентах уваги, розставлених кожним користувачем по-своєму» [36, с. 166].

Як бачимо, постійне розширення людських можливостей через технології призводить до амбівалентного та парадоксального результату: з одного боку, людина краще орієнтується в соціумі завдяки свободі самовираження, а з іншого, стає все більш залежною від інформаційно-комунікаційних технологій, втрачаючи свою самостійність.

Таким чином, концептуальний аналіз базових теорій, що презентують мережеве суспільство, дозволив визначити, що мережевий спосіб організації притаманний усім складним системам у природі та суспільстві і його фіксують вже понад сто років. Опис системи людського суспільства як мережевого має відносно невеликий часовий термін і спочатку притаманний тим соціально-філософським дослідженням, які передчували революційну роль інформаційно-комунікаційних технологій у людському розвитку. Найбільш відомі і концептуальні роботи на цю тему належать М. Маклуену, Я. ван Дейку та М. Кастельсу.

Кожен з них, виходячи із своїх наукових зацікавлень, розглядав зміну структури і характеру соціальних взаємодій, обґрунтував систему чинників, які впливають на ці взаємодії і глобальні наслідки для подальшого суспільного розвитку.

Основною темою М. Кастельса є зміна соціальних структур під впливом інформаційно-комунікаційних технологій – тобто зміна суспільної архітектури. Ключові соціальні структури та діяльність їх членів зорганізовані навколо мереж електронних комунікацій – таким є Кастельсове визначення мережевого суспільства. І така логіка дозволяє йому говорити про нові принципи виробництва товарів, досвіду, культурних та владних патернів, надавати центральну роль мережам комунікацій (потоким просторам) та мережевим спільнотам.

Я. ван Дейк, предметом дослідження якого була мова і комунікація, визначив мережеве суспільство як нову форму організації діяльності людей через медіамережі, які поступово замінюють або доповнюють соціальні мережі комунікації віч-на-віч. Особиста комунікація, як показує Я. ван Дейк, все більше замінюється цифровими технологіями, які й формують основний спосіб організації і найважливіші структури сучасного суспільства. Це дозволяє говорити про суспільство як більш гнучке, індивідуалізоване, децентралізоване і як таке, що може долати обмеженість людського організму завдяки необмеженим можливостям електронних комунікацій та медіамереж.

Важливою методологічною засадою досліджень мережевого суспільства, яка дозволяє віднаходити в ньому все нові і нові значущі характеристики з розвитком інформаційних технологій, є концепція нових медіа, принципова відмінність яких від інших засобів масової комунікації полягає в децентралізованості, використанні цифрових технологій створення, зберігання, трансляції та відтворення інформації, а також значній участі споживачів інформації в її створенні та контролі. Оскільки першим значним дослідником, хто звернув увагу в своїх роботах на суспільнотвірну здатність медіа і їх ключову роль у подальшому суспільному розвитку, був Маршал Маклуен, то його, очевидно, можна вважати одним із засновників цієї концепції, яка

продовжує своє оформлення до сьогодні. Було проаналізовано три ключові меседжі його найвідоміших робіт – «медіум – це повідомлення», «суспільство – глобальне село» та «зовнішні розширення людини», що дозволило нам визначити ті якості мережевого суспільства, які наразі є актуальними дослідницькими трендами. Вони пов'язані з тим, як технологізовані медіа змінюють саме людське мислення, способи організації суспільства, створюють відчуття тотальної поінформованості та долають географічні та міжособистісні бар'єри в спілкуванні, «продовжують» наші органи чуття, змінюючи спосіб сприйняття навколишньої дійсності.

Сучасні дослідники, які сприйняли ці три засадничі основи мережевого суспільства – його архітектуру, комунікацію та способи її здійснення за допомогою соціальних та медіамереж – так само відзначають перетворення комунікабельності, що проявляється в появі мережевого індивідуалізму (створення індивідуальних інформаційних просторів, розвиток індивідуальних брендів та самопрезентацій), колективного інтелекту (когнітивної взаємозв'язаності суб'єктів глобальних відносин, зокрема в побудові сучасного знання, яке створюється, поширюється та вдосконалюється завдяки колективним зусиллям), віртуалізації соціальних взаємодій та становлення культури конвергенції (не просто перенесення значної частини соціальних контактів в онлайн-простір та зміна базових соціальних настанов, нових економічних ресурсів, але й злиття способу створення та споживання контенту, коли самі споживачі беруть участь у творенні контенту).

1.3 Сучасні концепції соціальних інститутів та роль інформації в їхньому конструюванні

Ідея соціального інституту виникає в суспільстві у зв'язку з потребою утримувати та відтворювати в наступних поколіннях заведений соціальний порядок, робити це засобами, зрозумілими представникам різних поколінь та з мінімальним застосуванням примусу та насильства. Відтворення соціального порядку як такого пов'язано з об'єктивною потребою суспільства легітимізувати функціонал

соціального інституту. Одним з перших цю ідею висловив Макс Вебер у своїй праці «Господарство і суспільство» (1922), виділивши три ідеальні типи легітимації: традиційне (що ґрунтується на вірі у святість вічних традицій), харизматичне (ґрунтується на вірі у виняткові якості особистості лідера), раціонально-легальне (ґрунтується на вірі в легальність встановленого порядку та правових норм, а також у право тих, хто приходить до влади за цими нормами, давати накази) [15]. Саме останній тип – раціонально-легальна легітимність – найбільш тісно пов'язаний з ідеєю, що функціонал соціального інституту (наприклад, держави, суду, бюрократії тощо) має бути легітимізований через закони, процедури та віру членів соціуму в їхню об'єктивність. Ця легітимація й забезпечує передбачуваність і стабільність соціального порядку.

Ідея про легітимацію функціоналу соціальних інститутів через закони, процедури та віру в їхню об'єктивність також є квінтесенцією інституціоналізму – теоретичного напрямку, який розглядає інститут як первинний елемент соціальної структури суспільства. До інститутів відносять державу, сім'ю, приватну власність, освіту, релігію, економіку, общини, організації – усе, що відображає звичаї, етику, правові рішення, суспільну психологію і еволюцію форм соціуму. Предметом дослідження представників інституціоналізму є інституції – сукупність суспільних звичаїв, в яких закріплено домінуючий спосіб мислення для соціальної групи чи всього народу. Вона підкреслює, що стабільність соціального порядку базується не лише на існуванні правил (інститутів), а й на їхньому визнанні та прийнятті суспільством, що дозволяє цим інститутам ефективно виконувати свої завдання та забезпечувати передбачуваність соціальної взаємодії.

Саме інституціоналісти першими помітили потребу окремої особи або соціальної групи, незалежно від того, до якого соціального стану вона належить і яку позицію в спільноті займає, зберігати своє соціальне положення (а за можливістю його поліпшувати), а також передавати своїм нащадкам набутий соціальний капітал та матеріальні здобутки (активи). І порядок такого збереження та передавання

ресурсу подальшим поколінням протягом багатьох століть оформлювався певними інституційними рамками. Приміром, ще в рабовласницьких спільнотах Єгипту закріпилося право переходу професії (ремесла) від батька до сина, у феодальних спільнотах середньовічної Європи, з метою уникнути роздрібнення володінь феодала між численними нащадками закріпилася традиція майорату, завдяки якій єдиним спадкоємцем родового володіння ставав старший син феодала, а в сучасних суспільствах із розробленим громадянським кодексом прав і обов'язків інституційно закріплене право особи на самостійне впорядкування свого життя, можливість бути обраною в органи влади, так само як і обов'язок підпорядковуватися законам виборчого права і зміні еліт.

Розглянемо далі визначення соціального інституту як концепту соціально-гуманітарних наук, аби зрозуміти, чим обумовлене широке дослідницьке поле застосування цього поняття, чи можна говорити про певну домінуючу модель системи соціальних інститутів у той чи інший період історичного розвитку людства і які фактори є визначальними, якщо модель соціальних інститутів зазнає змін.

Ідея про соціальний інститут як вираження колективної свідомості, що передається від покоління до покоління вперше була сформульована Е. Дюркгеймом у роботі «Метод соціології» (1895). Це ж і стало підставою для першої класифікації. Можливість передавання досвіду в різних сферах свідчило про динамічність і змінюваність цього утворення, а певні його структурні рамки задавалися сферами життя, які були універсальними для всього суспільства. Отже Е. Дюркгейм визначає інститут як механізм, що структурує соціальні взаємодії. Як приклади таких інститутів він наводить релігію, мораль, право, інші нормативні системи, що організовують та структурують групові взаємодії [171].

Е. Дюркгейм підкреслював функціональний характер соціальних інститутів. На його думку, кожен інститут виконує певні функції, необхідні для виживання і розвитку суспільства. Наприклад, релігія забезпечує соціальну солідарність, держава підтримує порядок, а економіка — взаємообмін товарів чи інших ресурсів.

Е. Дюркгейму також належить обґрунтування соціальних інститутів через ідею солідарності суспільного розвитку [171]. Так, для традиційного доіндустріального суспільства характерна механічна солідарність, що об'єднує людей спільними віруваннями, цінностями і родом занять. Соціальні інститути в таких суспільствах мають репресивний характер і спрямовані на збереження існуючого порядку. Індустріальне та постіндустріальне суспільства характеризуються органічною солідарністю, оскільки люди в них спеціалізуються на різних видах діяльності і об'єднані взаємозалежністю. Соціальні інститути в таких суспільствах мають більш гнучкий характер і спрямовані на регулювання взаємодії між різноманітними соціальними групами.

За Е. Дюркгеймом, у примітивних суспільствах, що ґрунтуються на механічній солідарності, колективне домінує над індивідуальним. Особистість у такій системі повністю поглинається колективом. Натомість, у зрілих суспільствах, заснованих на органічній солідарності, обидва начала – колективне та індивідуальне — доповнюють одне одного, не поглинаючись. Гарантія особистості тут є не просто словесним визнанням прав, свобод чи автономності свідомості, а передусім визнанням самостійної сфери дії за індивідом [39, с.103].

Відтак Е. Дюркгейм показує, що роль соціального інституту зростає з розвитком суспільства від механічної солідарності до органічної. І ще одна важлива заувага Е. Дюркгейма задає напрямок для подальшого розгляду соціального інституту в інших дослідників. Інститути, на думку Е. Дюркгейма, виникають тому, що вони виконують корисну функцію. Тобто функція, яка реалізується через конкретні інституціональні механізми (правила, процедури) – це і є внесок соціального інституту в стабільне функціонування суспільства. Надалі ця ідея отримає розвиток в роботах представників функціонального підходу, які, прагнучи широкого, системного огляду соціальних процесів, розуміють соціальний інститут як певну частину соціального механізму, що виконує важливу роль для виживання та функціонування соціуму.

Саме таким чином розглядав суспільство також сучасник Е. Дюркгейма – Г. Спенсер. В основу своєї класифікації соціальних інститутів (їх він розумів як механізми самоорганізації людського життя, які перетворюють асоціальну за своєю природою людину на соціальну істоту, здатну до спільних дій) він поклав актуальні в його час суспільні проблеми, які пронизували всі верстви суспільства. У тритомній праці «Основи соціології» (1898) він показав, як актуальні соціальні структури розвиваються в плинні, проаналізувавши соціальні інститути сім'ї, шлюб, їх складових елементів, «церемоніальні» інститути та політичні інститути (з виокремленням їх особливостей у мілітаризованих і промислових типах суспільства); церковні, професійні і «промислові» (економічні) установи.

Посилює функціональне розуміння соціального інституту засновник структуралізму в соціальній теорії – Талкотт Парсонс. Зокрема не всі зразки поведінки він пропонує вважати інститутами, а тільки ті, які прийняті як обов'язкові, законні, очікувані, тобто нормативні [231]. У рамках запропонованої ним системи соціальної дії дослідник особливо виокремлює три взаємопов'язані *структури*: культурну, соціальну та особистісну. При цьому він підкреслює, що кожен з цих підсистем слід розглядати як незалежний центр організації елементів системи дії, тобто такий, що не зводиться до категорії іншого, але й не існує без нього. Це означає, що без особистісної і культурної підсистеми не може бути системи соціальної. І завдяки такому взаємному проникненню підсистем Т. Парсонс вважає можливим говорити про особливу роль «соціокультурної сфери» як структуроутворюючої в рамках будь-якого суспільства: «У цій сфері, – зауважує він, – створюється та зберігається нормативна культурна традиція, що так чи інакше поділяється усіма членами суспільства і передається від покоління до покоління через процес навчання... До неї включаються організовані системи структурованої, або ж інституціоналізованої, взаємодії між великою кількістю індивідів» [231, с. 555].

У роботі «Система сучасних суспільств» [232] Т. Парсонс вже представляє детальну теорію соціальної системи, в якій описує чотири основні функції соціальних інститутів. За Т. Парсонсом, кожен соціальний інститут виконує функції:

а) адаптація (A): Інститути допомагають суспільству пристосовуватися до зовнішнього середовища, задовольняючи його матеріальні потреби;

б) досягнення цілей (G): Інститути спрямовують зусилля суспільства на досягнення спільних цілей;

в) інтеграція (I): Інститути забезпечують злагоджену взаємодію між різними частинами соціальної системи, сприяючи соціальній солідарності;

г) збереження зразків (L): Інститути передають культурні цінності та норми з покоління в покоління, підтримуючи соціальний порядок.

Важливим моментом цієї класифікації слід визначити прагнення Т. Парсонса не просто зафіксувати структури (у нього – це ролі, статуси, колективи, системи (соціальна підсистема); нормативні зразки, цінності (культурна підсистема); орієнтації, або потребові схильності (особистісна підсистема)), які дають підстави для соціального порядку, але й описати, яким чином соціальна система в цілому адаптується до змін. Тобто визначити механізми, які лежать в основі стабільності та розвитку соціальних систем. Відтак наступними методологічними маркерами функціонального напрямку вивчення соціальних інститутів є *структури* та *механізми взаємодії цих структур*.

Будь-яка наукова теорія завжди обмежена поглядами її автора та актуальними для його епохи суспільними та науковими ідеями. І Т. Парсонс так само зазнав критики через недостатнє врахування питань соціальних конфліктів, влади і нерівності в суспільстві. Разом із тим логіка функціоналістів вимагала подальшого дослідження структур і механізмів забезпечення соціального порядку в напрямку більш детального розкриття саме питань функцій. І це зробив учень Т. Парсонса Р. Мертон, представивши концепцію маніфестних і латентних функцій соціальних інститутів (найбільше – у роботі «Соціальна теорія і соціальна структура (1949))».

Маніфестні функції – це очевидні, передбачувані та бажані наслідки діяльності соціального інституту. Вони усвідомлюються учасниками соціальної взаємодії і є основною причиною існування цього інституту. За Р. Мертоном, ці функції, як

правило, свідомо та навмисно спрямовані на отримання корисних результатів, і тому можуть використовуватися як спосіб виправдання подальшого існування інституту [218]. Наприклад, маніфестними функціями освіти як соціального інституту є: 1) соціалізація як засвоєння норм і цінностей своєї культури; 2) соціальний контроль як спосіб (-и) прищеплення цінностей, які підтримують статус-кво та соціальний порядок; 3) соціальний та професійний розподіл; 4) трансляція культурних цінностей, переконань та норм; 5) соціальна та політична інтеграція в суспільні процеси. Однією з маніфестних сучасних функцій релігії як соціального інституту є надання набору вірувань і практик, які надають життю сенс, тобто дозволяють людині відчувати свою мету, моральні засади та мати місце для розради у важкі часи. Сім'я як соціальний інститут так само виконує маніфестні функції соціалізації особистості (і в цьому сенсі вона передує освіті), але ще її маніфестними функціями, які виправдовують її існування вже декілька століть, є функція продовження роду та забезпечення економічної безпеки. Але цей ряд маніфестних функцій постійно доповнюється, оскільки соціальний інститут не хоче втрачати своє домінування в суспільстві. Так, за визначенням деяких соціологів, однією з новітніх маніфестних функцій сім'ї є спільне споживання товарів і послуг [173].

Латентні функції – це неявні, неочікувані, а іноді й небажані наслідки діяльності соціального інституту. Вони часто не усвідомлюються учасниками соціальної взаємодії і можуть виявлятися як позитивними, так і негативними. Важливість і необхідність дослідження латентних функцій соціальних інститутів Р. Мертон пояснював тим, що вони можуть мати більший вплив на поведінку людини, аніж маніфестні функції, оскільки люди часто не усвідомлюють, а отже, менш імовірно, що зможуть зупинити або контролювати їх [218]. Норвезький філософ Юн Ельстер наводить такі латентні функції соціального інституту, відзначаючи їх можливі позитивні і негативні наслідки: 1) створення спільної мови. Люди з різним походженням спілкуються один з одним, коли їх навчають однією мовою; 2) формування почуття спільності. Будь-який соціальний інститут (як-от

сім'я, освіта, релігія, економічні відносини тощо) об'єднує людей і допомагає їм відчувати, що вони належать до чогось більшого, ніж вони самі; 3) розвиток навичок критичного мислення. Це важливо, тому що дозволяє людям поставити під сумнів статус-кво та подумати самостійно.

Соціально-гуманітарний концепт соціального інституту розглядається також в «людському вимірі», тобто яким чином соціальні інститути формуються людьми, як впливають на людську поведінку, цінності, світогляд, як вони інтерпретуються та відтворюються у повсякденній взаємодії. Це – сфера міркувань інституціоналістів таких як П. Бергер, Т. Лукман, Д. Норт, які суто «технічному» або «економічному» погляду на інститути як на простий набір правил для досягнення ефективності протиставляють ідею впливу соціальних інститутів на людські диспозиції, а також обґрунтовують значення інтерпретації та відтворення соціальних рамок через щоденну взаємодію.

Так, у роботі «Соціальне конструювання реальності» [144] Пітер Бергер та Томас Лукман розглядають інститути як соціально сконструйовані реальності. Це означає, що інститути не є «даними» чи «об'єктивними» в природничо-науковому сенсі, а створюються, підтримуються та відтворюються через постійну людську взаємодію, інтерпретацію та легітимацію. Це зокрема підкреслює у своєму дослідженні Д.Л. Бородіна: «П. Бергер і Т. Лукман наводять аргументи на користь того, що будь-яке знання, включаючи базове, є сприйняттям реальності завдяки здоровому глузду і відбувається та підтримується за рахунок соціальних взаємин. При цьому важливо зауважити, що реальність повсякденного життя – це найвища реальність, вона є впорядкованою та об'єктивованою, тобто конституйованою завдяки певним об'єктам за допомогою мови» [10, с. 82]. Сама схема конструювання та інтерпретації реальності, обґрунтована П. Бергером та Т. Лукманом, включає чотири рівні: 1) габітуалізація – перетворення дій на звичку (відбувається автоматично через відтворення традицій та колективної пам'яті поколінь); 2) типізація – сукупність відтворюваних зразків взаємодій, що втілюються в

соціальної реальності та складають її структуру. Типізації породжують колективні уявлення, що формуються та поширюються за допомогою культурних експертів і масмедіа (медіа, креативні групи, відомі особистості, наука, мистецтво); 3) інституціоналізація – закріплення типізацій через колективні уявлення та спільні зусилля; 4) легітимація («смилова об'єктивація другого порядку»), яка робить інституціоналізовані об'єктивації «першого порядку» об'єктивно доступними та суб'єктивно вірогідними, створюючи нові значення, що сприяють інтеграції вже існуючих [144, с. 70–134]. Можна передбачити, що на кожному з цих етапів, інформація відіграє ключову роль у соціальному конструюванні. Навіть наше базове знання про реальність («здоровий глузд») виникає та підтримується завдяки соціальним взаєминам, де циркулююча інформація стає його фундаментом. Будь-яка зміна чи маніпуляція цією інформацією може докорінно змінити самі основи нашого сприйняття. Мова, будучи основним носієм інформації, активно конститує повсякденну реальність, надаючи значення об'єктам та явищам. Нові поняття, терміни та наративи, що є формами інформації, здатні створювати абсолютно нові реальності. Крім того, інформація є потужним важелем для типізації – формування колективних уявлень та зразків взаємодій, що структурують суспільство. Ці уявлення не виникають спонтанно – вони цілеспрямовано формуються та поширюються культурними експертами, масмедіа, креативними групами та іншими впливовими акторами через інформаційні потоки. Постійне висвітлення певних подій чи ідей може створити стійкі колективні уявлення, що втілюються у соціальних структурах. Надалі ці типізації закріплюються через інституціоналізацію, яка забезпечується колективними уявленнями та спільними зусиллями, що, знову ж таки, формуються інформацією. Коли певні ідеї, норми та цінності стають настільки поширеними, що сприймаються як правила, вони інституціоналізуються. Завершальний етап – легітимація – робить ці інституціоналізовані «об'єктивації» об'єктивно доступними та суб'єктивно вірогідними. Це відбувається через створення та інтеграцію нових значень за допомогою наративів, ідеологій, міфів та символів –

тобто через різноманітні форми інформації, які пояснюють та виправдовують існування інститутів.

Нобелівський лауреат з економіки та представник неоінституціональної теорії Дуглас Норт також зробив значний внесок у розуміння формальних та неформальних інститутів (звичаїв, норм, культурних кодів) та їхнього впливу на економічну поведінку членів соціуму. У роботі «Інститути, інституційні зміни та функціонування економіки» (1990) [80] він розмежовує інститути та організації та досліджує взаємодії між ними. Інститути визначаються ним як перелік певних правил та механізмів примусу до їх виконання. Організації (самі гравці та їхні стратегії) створюються для того, щоб використовувати ці правила та механізми на шляху реалізації свого прагнення максимізувати багатство. Головними рушіями інституціональних змін Д. Норт вважає саме організації, хоча вони й не завжди є суспільно продуктивними, оскільки їх керівники накладають на інституціональну структуру своє бачення світу, сформоване власними уявленнями про нього [80, с.16]. У роботі 2005 року «Розуміння процесу економічних змін» [222] Д. Норт знову порушує питання про роль людських уявлень в інституціональних змінах економіки. Він виходить з припущення, що еволюція суспільства формується уявленнями ключових «гравців», які приймають рішення з метою зменшення невизначеності та досягнення своїх цілей. Таким чином, економічні зміни є свідомим процесом, зумовленим тим, як учасники сприймають наслідки власних дій. Д. Норт зосереджується на вивченні формування цих уявлень та уподобань, дійшовши висновку, що вони мають як генетичне походження, так і є результатом культурної еволюції. Це підводить його до усвідомлення величезної ролі культури в суспільній еволюції. Він зазначає, що культура не лише визначає ефективність суспільства в певний момент, а й формує структури, які можуть створювати перешкоди для змін, тим самим впливаючи на динаміку розвитку [222].

Саме в цій роботі Д. Норт пояснює причину довготривалої інерції інститутів. Домінуючі переконання політичних та економічних гравців з часом інтегруються в

інституціональну структуру, яка, своєю чергою, визначає їхню поведінку. Сформована таким чином інституціональна матриця накладає серйозні обмеження на вибір лідерів, котрі прагнуть модернізувати або створити нові інститути. Ці обмеження створюють так званий «ефект колії», який може суттєво обмежувати можливості країни для прогресу [222, с.21].

До інституціональних концепцій, які пояснюють особливості соціальної поведінки людей, слід також віднести і концепції габітусу (інкорпорованих соціальних структур) та поля (просторів соціальних взаємодій, структурованих правилами та ресурсами) П'єра Бурдьє. У роботі «Нарис теорії і практики» (1972) [151], також у цілому ряді есе (збірки «Практичний глузд» [12] та «Поле культури» [150]) він показує, як соціальні інститути формують диспозиції та практики індивідів і як ці індивіди, у свою чергу, відтворюють або трансформують інститути. Це зокрема відбувається через габітус – схеми поведінки, які людина інкорпорує протягом свого життєвого досвіду. Соціальні інститути тут стають середовищем, де відбувається така інкультурація та соціалізація, або вбудовування у свідомість і тіло індивіда певних способів бачення світу, мислення та дії. Цей процес П. Бурдьє називає інкорпорацією структур. Приміром, такі соціальні інститути, як ринок, системи власності, праці та розподілу формують габітус індивіда через параметри раціональності, ефективності, конкуренції або солідарності, впливаючи на його ставлення до праці, споживання, накопичення [263].

Поле, за П. Бурдьє, – це структурований простір соціальних позицій, де актори та інституції ведуть боротьбу за певні види капіталу (економічний, культурний, соціальний, символічний) відповідно до «правил гри» цього поля. Кожне поле має свої власні інститути, ієрархії, норми та ставки [121].

Соціальні інститути визначають структуру поля (наприклад, університет як інститут формує академічне поле). Габітус індивіда взаємодіє зі структурою поля. Габітус спонукає індивіда діяти певним чином у полі, а поле, у свою чергу, надає можливості або обмежує його практики. Всередині поля соціальні інститути

створюють стимули та обмеження для практик акторів. Наприклад, у політичному полі інститути виборів, партій, парламенту диктують, які політичні практики є можливими та ефективними. У науковому полі інститути рецензування, фінансування, академічних звань формують дослідницькі практики. Індивіди, діючи в полі зі своїм габітусом, розробляють стратегії (часто несвідомі) для підтримки або покращення своєї позиції. Ці стратегії є практиками, які відповідають “логіці поля”, що формується інститутами. Наприклад, стратегії накопичення певного типу капіталу (освітні дипломи, професійні зв’язки) є практиками, які інституціоналізовані в певному полі.

Таким чином, за П. Бурдьє, соціальні інститути не лише формують практики, але й через них відтворюють існуючий соціальний порядок та власні структури. Коли індивіди діють відповідно до інституціоналізованих правил поля, вони тим самим зміцнюють ці правила.

Критично важливу, хоча й часто неявну, роль у динамічній взаємодії між соціальними інститутами, габітусом та соціальним полем відіграє інформація. Вона передається та засвоюється індивідом у вигляді норм, цінностей, знань, моделей поведінки, усних вказівок, візуальних прикладів, досвіду. Уже згадані вище інститути ринку передають інформацію про раціональність і конкуренцію, формуючи відповідні диспозиції. Тобто без постійного інформаційного обміну між індивідом та інституційним середовищем габітус не міг би бути сформований. Інформаційне забезпечення є також важливим для забезпечення відповідних «правил гри» в боротьбі за певні види соціального капіталу, в розробці індивідуальних стратегій (практик) для підтримки або покращення позиції гравця в полі, для відтворення соціального порядку (потік інформації підтверджує легітимність соціальних правил та наслідки їхнього порушення). Іншими словами, потоки інформації (від формальних законів до неявних культурних сигналів) є тим, що дозволяє інститутам вбудовувати свої структури в індивідів, і тим, що індивіди використовують для навігації та дії в соціальних полях. Без постійного обміну та

інтерпретації інформації, формування габітусу, функціонування полів та відтворення соціального порядку були б неможливими.

Отже, представлений вище концептуальний аналіз поняття «соціальний інститут» у його інституціональному та функціональному вимірах дозволяє говорити про нього як про такий, що піддається соціальним змінам, і аналізувати певні інструменти таких змін (трансформації, модернізації, розвиток тощо).

Оскільки темою цього дослідження заявлено не будь-які зміни, а саме «трансформації» соціальних інститутів, ми вважаємо, перед тим, як продовжити аналіз концепту «соціальний інститут», зупинитися на особливостях трансформацій і їх відмінностях від інших видів змін соціуму.

Як відомо, термін «трансформація» походить від латинського слова «transformatio», що означає зміна, перетворення виду, форми, істотних властивостей, чого-небудь. Етимологія слова, основне його значення складається з двох латинських слів «trans» – «через, за» і «forma» – «вид, образ», тобто зміна образу, видозміна. Таким чином, «трансформувати» з латини – «перетворювати, змінювати вигляд, форму, істотні властивості й т. ін. чого-небудь» [71].

С. Кримський у роботі «Запити філософських смислів» відзначає, що більш активно поняття «трансформація» почало використовуватися у другій половині XX ст. переважно для характеристики новітніх процесів, насамперед, пов'язаних із радикальними структурними змінами, що зумовлені розвитком постіндустріального суспільства та глибокими змінами у соціально-економічних відносинах. Відтак він розглядає трансформацію як «істотну структурну переробку системи, яка шляхом перегрупування її елементів змінює організацію, зв'язки, притаманні вихідному стану системи...» [59, с. 56] та визначає характер трансформацій, які можуть бути поступальними чи зворотними, системними чи безсистемними, прогресивними чи регресивними [59].

Така класифікація трансформації вказує на те, що в системі, структурі або суспільстві відбуваються глибокі, всеосяжні зміни – перетворюються сутнісні компоненти системи, а також на те, що ці зміни є якісними та нелінійними

(непередбачуваними). Отже, це процес, хоч і співвідносний, але відмінний від інших процесів з ознаками перетворення – як-то «розвиток», «зміни», «модернізація» тощо.

Поняття соціальної трансформації є специфічним різновидом трансформаційних процесів, оскільки опікується перетворенням конкретних компонентів суспільства – індивідів, соціальних процесів, духовних та матеріальних компонентів, важливих для суспільного розвитку, соціальних зв'язків, взаємодій та відносин.

Увага до соціуму як системи та перетворень, що відбувається в ній, пов'язана з певним методологічним зсувом у науці, до якого спершу призвело обґрунтування фактора часу як важливого елемента соціально-економічного життя. Пізніше, у другій половині XX століття увага до трансформацій як таких переключила увагу соціальних дослідників з вивчення соціальних структур на дослідження соціальних процесів, що сталося в рамках різноманітних постмодерністських концепцій.

Зауважимо, що концепції модернізму при всьому їхньому різноманітті спираються на тезу про спрямований, прогресивний розвиток суспільства від однієї стадії до іншої, більш досконалої (О. Шпенглер, А. Тойнбі, М. Вебер, К. Маркс та ін.). Тобто історичний процес спрямований і має певну мету. Наступні стадії, як би вони не називалися (соціалізм, постіндустріальне суспільство, інформаційне суспільство тощо), відповідають вимогам вищої ефективності, доцільності, пристосованості суспільств до зовнішніх і внутрішніх умов, що змінюються. І дослідники соціальних інститутів, зокрема функціоналісти, не склали виняток. Як уже вказувалося вище, вони обґрунтовували, що соціальні інститути є необхідними для виживання суспільства; кожен інститут виконує певні функції задля збереження загального соціального порядку; конфлікти в суспільстві вони вважали дисфункціональними і такими, що загрожують стабільності соціальної системи.

Постмодернізм як загальна світоглядна концепція виходить із твердження про незаданість вектора соціального розвитку, а точніше – стверджує пріоритет соціальних суб'єктів як діячів у активному перетворенні форм їх соціального буття з урахуванням всього контексту природних та соціальних умов на момент соціальної

дії (початківцями цього напрямку можна вважати Н. Лумана, Ю. Габермаса, Д. Бодріяра, М. Фуко, Ж. Дельоза та ін.).

Ідея соціального прогресу, сформульована позитивістами О. Контом та Г. Спенсером, у своїй основі постмодернізмом не заперечується, але заперечується його односпрямована заданість. Передбачається багатоваріантність розвитку спільнот та соціальних організацій. А в центр уваги тепер переміщується соціальний суб'єкт та форми організації соціальних суб'єктів (спільноти, структури різного типу), що створюються його активністю.

Отже, в центрі соціальної трансформації перебуває соціальний процес, який так само має свою складно організовану структуру з комплексом взаємозалежних елементів, властивостей, принципів та закономірностей. Структура процесу включає сукупність усіх учасників, що входять до нього, сприятливих факторів, умов тощо. Динаміка процесу базується на показниках сили і масштабу змін, їх тривалості і робочого ритму. Автор теорії змін, видатний польський соціолог Пйотр Штомпка так описує перетворювальну властивість соціального процесу або ж соціальну трансформацію: у кожний момент часу людська діяльність (продукт реально обумовлених структурою економічних та соціальних відносин, включеність особистості в цілісність цих відносин) виявляє тенденцію до перетворення, змін, самоорганізації та самозміни суб'єкта, зумовленими практичною активністю (діями) у сферах виробництва, всього суспільного життя. Практична діяльність людей убудована у саму сутність соціального суб'єкта, є його головною потенцією. Вона змінює саму людину та умови її буття [255].

Передбачаємо, що і сам соціальний інститут, методологічними маркерами якого були «структури», «функції», «механізми», «габітуси», розглядається тепер як динамічна система, що постійно змінюється і адаптується до нових соціальних умов. І вивчення його отримує далі нову наукову оптику – комунікаційну. Класиками цього погляду на соціальні взаємодії, які представили їх цілісні концепції та дали підстави для концептуально нових трактовок поняття соціального інституту, прийнято вважати Юргена Габермаса та Нікласа Лумана.

Юрген Габермас, опонуючи традиційним підходам, пропонує свою теорію соціальної взаємодії, що ґрунтується на понятті комунікативної дії. Саме це поняття стає центральним у його діалогічній теорії, яка є значним внеском у розуміння природи людського спілкування та соціальних взаємодій.

Комунікативна дія, за Ю. Габермасом – це «взаємодія як мінімум двох здатних говорити та діяти суб'єктів, які вступають (за допомогою вербальних чи невербальних засобів) у міжособистісні відносини. Ці суб'єкти шукають порозуміння щодо ситуації дії з метою взаємоузгодженого координування своїх планів дії, а відтак і своїх дій» [188, р. 100]. Таким своїм визначенням Ю. Габермас доєднується до загальноприйнятої на цей час наукової традиції сприйняття мови як продукту соціальних взаємодій, але комунікація цікавить його не просто як відносини між двома суб'єктами, а як інтерсуб'єктна взаємодія, де суб'єкт має певні соціально-політичні інтенції та може виступати і як окремий індивід, і як соціальна група, і як громадянське суспільство, і соціум в цілому.

Як зазначає В. Фултнер, габермасівська теорія комунікації має установку на подолання конфліктів, агресії та розбіжностей через конструктивний діалог та переконання, а не через примус чи адміністративний тиск. Для досягнення згоди щодо певних норм чи правил суб'єктам комунікації варто відшукувати раціональні аргументи або вдаватися до відкритого обговорення. Досягненню спільної позиції допомагають різноманітні риторичні прийоми [181].

Відтак, важливим концептом теорії Ю. Габермаса є діалог. Діалогічна взаємодія дозволяє людям вільно висловлювати свої думки, почуття та переконання, не пригнічуючи індивідуальність. У процесі діалогу люди задовольняють свою потребу в спілкуванні та взаєморозумінні. Для успішної комунікації необхідно розвивати культуру діалогу, що ґрунтується на взаємній повазі, терпимості до інших думок та готовності враховувати позиції інших учасників бесіди. Такий підхід сприяє створенню в суспільстві атмосфери взаєморозуміння та співробітництва [233].

Щоб презентувати різні способи, якими люди взаємодіють між собою та формують соціальну реальність, Ю. Габермас виділяє два типи взаємодії:

стратегічну та комунікативну. У стратегічній комунікації, на його думку, мета соціальної дії заздалегідь визначена і нерідко прихована. Ця мета полягає не в тому, щоб домогтися згоди іншого учасника комунікації, а лише ефективно виконати завдання мовця. Незважаючи на те, що в стратегічній дії, використовується мова як інструмент і беруть участь інші «співрозмовники», цілі мовця не є властивими самій мові, а всі інші учасники комунікації розглядаються лише як об'єкти [23]. Стратегічна комунікація, таким чином, є певною маніпуляцією одного співрозмовника іншим з метою нав'язати чи затвердити свою позицію.

Інакше складається з комунікативною дією, оскільки, на думку Ю. Габермаса, вона прагне до порозуміння, тож сама природа її мети невіддільна від процесів мовного використання: «Комунікативна дія відрізняється від стратегічної дії в тому, що всі учасники беззастережно переслідують ілюкативні цілі з метою досягти згоди як основи узгодженої координації переслідуваних кожним індивідом планів дії» [23]. Тобто комунікативна дія ґрунтується на рівноправному діалозі, де учасники прагнуть взаєморозуміння та згоди. Такий діалог передбачає відкритий обмін аргументами та повагу до позиції співрозмовника.

У роботі «Про прагматику соціальної взаємодії: попередні дослідження з теорії комунікативної дії» Ю. Габермас розглянув два шляхи, відповідно до яких теорія комунікації створює умови, необхідні для продуктивного діалогу. Перший з них відштовхується від поняття «ідеальної мовної ситуації», використовуючи її в якості відправної точки критики сучасної ситуації. Другий шлях полягає в подоланні кризи, що переживається повсякденною комунікацією на основі моделі трансформації суспільства. Ідея такої моделі полягає в реконструкції пресуппозицій, необхідних для «нормальної» комунікації, з тим, аби, по-перше, відновити й утвердити раціональність, втілену в повсякденній комунікації та необхідну для соціального відтворення; по-друге, встановити можливість виходу за рамки контексту перспективи в рамках існуючого інтелектуального горизонту [187]. Далі, на підставі цієї моделі, Ю. Габермас розробляє концепцію деліберативної політики. Це форма правління, де політичні рішення ухвалюються шляхом відкритої та всебічної

дискусії між громадянами. На відміну від традиційної політики, що ґрунтується на силі чи економічному інтересі, деліберативна політика орієнтована на пошук загального блага та згоди [186]. Важливу роль у реалізації цієї політики Ю. Габермас відводить соціальним інститутам, які так само, в рамках представленої ним моделі є результатом тривалих процесів комунікації та взаємодії між людьми. Вони виникають і розвиваються в результаті того, що люди досягають згоди щодо норм, правил і цінностей, які регулюють їхню спільну діяльність. Так, у роботі «Залучення іншого. Студії з політичної теорії» [22] Ю. Габермас розмірковує про інтегративну функцію соціальних інститутів, які забезпечують стабільність і передбачуваність соціальних відносин, сприяють координації дій індивідів і груп, а також передають культурні цінності та знання наступним поколінням. Важливою характеристикою інститутів є їхня легітимність, яку дослідник визначає як визнання членами суспільства їх справедливості та обґрунтованості. Таке визнання, на його думку, забезпечується через процес комунікативної раціональності, тобто через відкриту і рівноправну дискусію про ці правила і норми.

Одночасно Ю. Габермас наводить і міркування щодо можливості деформації соціальних інститутів. Це можливо, по-перше, коли вони припиняють бути об'єктом критичного аналізу та реформування і стають засобом підтримки нерівності та несправедливості. По-друге, коли вони піддаються таким деформаціям, як патерналізм і бюрократизація. Патерналізм проявляється в тому, що інститути замість сприяння розвитку автономії індивідів підпорядковують їх своїм власним цілям. Бюрократизація ж веде до втрати індивідуальної відповідальності та ініціативи, оскільки всі рішення приймаються за жорстко встановленими правилами [24].

Такими судженнями Ю. Габермас підкреслює, що соціальні інститути є важливими інструментами демократичного суспільства, які забезпечують його функціонування і одночасно самі адаптуються до мінливих умов суспільства, щоб відповідати потребам громадян.

Радикально новий погляд на соціальні інститути запропонував також один з найвпливовіших соціологів XX століття Ніклас Луман. Він починає з критики своїх

попередників – американських функціоналістів – за те, що вони трактують систему на кшталт «чорної скриньки», що отримує інформацію на вході, а видає на виході, і при цьому не аналізують сам «зміст» цього ящика [209]. Задавшись цим питанням, він виходить з того, що рух системи (соціального інституту) відбувається не на основі упорядкованих взаємодій підструктур у складі загальної структури, а на основі відтворення елементів та зв'язків між ними з допомогою власних дій структури, автономно від інших, що також наповнюють загальну систему. Кожну структуру він пропонує представляти як певну проблему в системі. І далі не визначати, якими є її функції, а визначати, які інші структури могли би ці функції виконати. Це означає, що кожна структура може бути замінена іншою структурою, еквівалентною щодо цієї функції. Для існування системи критично важлива здатність забезпечити безперервне протікання та примикання операцій. Це і є аутопоезис або самовідтворення через свої власні операції [210].

Замість суспільства як реальної сутності Н. Луман пропонує досліджувати створені людьми *сенси і опінії щодо уявної реальності*. Логічно-розумові операції, за допомогою яких творяться такі сенси – категоризація (відзначення схожості або відносної тотожності між порівнюваними об'єктами) та номінація (називання). У підсумку, на думку Н. Лумана, людиною можуть бути сформовані категорії, які дозволяють бачити світ у головних атрибутах його буття та функціонування [72]. Індивідуальні концептуалізації далі складаються в родові поняття, які втрачають індивідуальні характеристики і стають «ідеальними типами». Такий ідеальний тип, створений на основі спостережень і логічної їх обробки вже може, за Н. Луманом, бути методологічним інструментом пізнання суспільства, в рамках якого самовідтворюються соціальні системи в процесі *комунікації*.

Як зазначають українські дослідники О. Данильян та О. Дзьобань, «у Лумана комунікація – це самостійний, самодостатній процес, безперервність перебігу якого (операції приєднання однієї комунікації до іншої) гарантує самовідтворення системи, а відтак і її гомеостазис. Цей процес є замкнутим, оскільки система звертається лише до власних уже здійснених операцій і є закритою від зовнішнього

оточення, розрізненням себе від навколишнього світу (так звана редукція комплексності). За Луманом, внутрішньосистемна комплексність (невизначеність, контингентність, примушення до відбору) – це розрізнення між потенційною можливістю та актуальним вибором. У певний момент часу потенційні можливості, що піддаються селекції, можуть бути набагато більшими, аніж ті, що можуть бути актуалізовані» [31, с.16].

Отже, соціальні системи за допомогою комунікації переробляють інформацію, що надходить з навколишнього середовища, за допомогою своїх структур, системних операцій і бінарного кодування. Таким чином, використання поняття комунікації дозволяє, за Н. Луманом, «представити соціальну систему як оперативно закриту систему, що складається з власних операцій та виробляє комунікації з комунікацій» [211].

Індивід у таких системах, вважає Н. Луман, є частиною зовнішнього середовища і відноситься до суспільства лише в тій мірі, в якій бере участь в комунікації або може розумітися як учасник комунікації. Ті приховані елементи особистості, які ніколи не беруть участі в комунікації, не можуть бути частиною суспільства. «Дія, оскільки вона має бути віднесена, вимагає віднесення до несоціальних конституційованих обставин: до суб'єкта, до індивідуума, а виходячи з усіх практичних цілей – навіть і до живого тіла; тобто до місця в просторі. Лише за допомогою поняття комунікації соціальну систему можна мислити як аутопоетичну систему, яка складається з елементів, а саме: з комунікацій, які виробляють і відтворюють себе за допомогою мережі комунікацій» [210, р.95].

Сама комунікація, за Н. Луманом, складається з інформації, повідомлення та розуміння. Інформація – перший крок комунікації і «подія, яка змінює стан системи» [210, р.107]. У системі, – пише Н. Луман в іншій своїй роботі, – має бути набір правил, які розв'язують парадокс інформативного/неінформативного, тобто програми, які вирішують, чи може система розглядати щось як інформацію, чи ні. Прояв інформації має структурний ефект, змінюючи саму систему [73].

Н. Луман розрізняє два види комунікації – медіазасоби поширення комунікації та символічно генералізовані засоби комунікації. До медіа належить все, що здатне транслювати мовний зміст – писемність, книгодрукування, інтернет, засоби масової комунікації. Сюди ж він відносить релігію та мораль. Медіа підвищують вірогідність, що інформація буде отримана адресатом, але не дають гарантії, що він її зрозуміє. По мірі зростання інформаційного потоку від медіа, вірогідність отримання, природньо, знижується. Для того, щоби і отримання інформації відбулося, і вона була належним чином сприйнята адресатом, потрібні символічно генералізовані засоби комунікації або *комунікаційні медіуми*. Такими Н. Луман вважає *істину, віру, владу, право, любов і їх антиподи – хибність, безвір'я, покірність, безправ'я, ненависть* [208]. Якщо задуматися над найпростішими визначеннями цих феноменів, то кожен із них демонструє сконцентрованість на іншому суб'єкті чи об'єкті за тих чи інших умов. Порівняємо: істина – знання, віра – визнання, влада – можливість впливу і результат визнання, право – легітимізована можливість щось вчиняти, любов – прив'язаність та прагнення бути поруч із об'єктом прив'язаності. Очевидно, що такий ряд феноменів, що мають інтенціональну природу, можна було б продовжити.

Н. Луман відзначає в них наявність бінарного коду (сконцентрованості), за допомогою якого вони охоплюють реальність і одночасно вони безпосередньо співвідносяться із функціональними системами (або ж соціальними інститутами). Істина/хибність – з освітою і наукою, віра/безвір'я – з релігією, влада/підпорядкованість – з політикою, любов/ненависть – з сім'єю тощо [208]. Кодування, – розмірковує далі Н. Луман, – означає, що комунікаційний медіум здатен виконувати бінарні диз'юнкції, які мають позитивну та негативну цінність: позитивна містить сигнал для продовження комунікації, негативна – для відхилення. При цьому будь-яка комунікація, аби бути успішною, має відповідати загальному культурно-комунікативному коду соціальної системи, її смислу і завжди обумовлена комунікаціями, що відбувалися в системі раніше [208]. Інакше кажучи, не може бути успішною комунікація щодо розуміння фундаментальних одиниць буття між

Готфрідом Лейбніцем і Левом Ландау, оскільки один би мислив в термінах монад, а інший – в термінах фізики елементарних частин; або ж комунікація між Франческо Петраркою та Павлом Тичиною про ідеал кохання, оскільки Петрарка вважав любов не земним плотським почуттям, а платонічним обожнюванням. У його розумінні поет не прагне фізичної близькості, а насолоджується красою коханої на відстані. У Тичини ж любов часто пов'язана з конкретною жінкою, але водночас вона набуває символічного значення, стаючи втіленням вищих ідеалів. Окрім того, багато його любовних віршів (через конкретність предмета оспівування) пронизані нотами туги і розчарування, а кохання часто виявляється недосяжним ідеалом, який приносить поетові біль і страждання.

Змістовий контекст самих соціальних інститутів так само різний, і це відбивається на їх комунікативній здатності. Н. Луман не вважає, що економіка, наука, право та релігія як системи, що існували з давніх часів, завжди мали здатність до самовідтворення (автопоезису) і були абсолютно функціональними. Він пропонує три системні референції, що відображають поняття «функція». 1) Функція має відношення до *всього* суспільства. «Як функціональна система в суспільстві виступають ті області, які створили умови кодування для символічної генерації медіа, які можуть виникати тільки в рамках функціональних систем. Наявність такого кодування сприяє системній диференціації» [208]. 2) У свою системну теорію Н. Луман уводить поняття спостерігача, який перебуває в середині системи і змушує її самореферуватися, тобто посилатися саму на себе, або ж говорити саму про себе, або описувати саму себе тощо. Результатом такої самореференції в літературі може бути, приміром, створення глибших шарів значення художнього образу і залучення читача до процесу інтерпретації тексту; а мистецтво презентує витвори, які відображають самі себе або процес їх створення. Соціальний інститут як система так само є спостерігачем, що рухає процес свого автопоезису. Усе це дає можливість суб'єктам всередині системи конструювати світ через свої власні фільтри сприйняття. 3) Важливим фактором диференціації цілісної системи і одночасно інтеграції її частин є середовище. Для Н. Лумана це не просто оточення, а нескінченна сукупність

потенційних подій та взаємодій. Воно настільки складне і динамічне, що його неможливо повністю охопити і зрозуміти. Водночас воно дає спостерігачу певні елементи, які релевантні його досвіду та розумінню, і завдяки яким він створює свій власний світ, який є спрощенням та інтерпретацією реального світу.

Таким чином, соціальні інститути за Н. Луманом – це самодостатні одиниці, які самоорганізуються через комунікацію. Комунікація розуміється не просто засобом взаємодії, а фундаментом соціальної реальності. Кожен соціальний інститут має свій власний код, який визначає, які повідомлення можуть бути включені в систему, а які відхилені. Наприклад, код релігії – це «віра/безвір'я», код науки – «істина/хибність». Використовуючи власні коди і правила, соціальні інститути постійно відтворюють себе через комунікацію (здійснюють автопоезис). На думку Н. Лумана, оскільки сучасне суспільство характеризується високим ступенем функціональної диференціації, різні соціальні системи (інститути) мають власну логіку функціонування і за певних умов можуть виконувати функції інших соціальних систем (інститутів).

Проаналізувавши ці дві сучасні концептуалізації соціальних інститутів, можемо відзначити відмінність поглядів Ю. Габермаса та Н. Лумана на суспільство, природу соціальних змін і можливості для соціальні інститутів.

Так, однаково розуміючи суспільство як арену комунікації, вони фокусуються на різних феноменах, що таку соціальну комунікацію організовують. Центральне місце у формуванні соціальної реальності та соціальних інститутів як її підсистем, за Ю. Габермасом, посідає мова (люди взаємодіють, обмінюються думками та досягають консенсусу через раціональну дискусію). Для Н. Лумана ж таким фокусом є здатність соціальних підсистем до самоорганізації і адаптації до змін. Звідси ж випливає і різне тлумачення обома дослідниками можливостей соціальних змін. Ю. Габермас вірить у прогресивний розвиток суспільства, який базується на розширенні комунікативної раціональності та подоланні соціальних нерівностей. Н. Луман, навпаки, вважає, що соціальні зміни є еволюційним процесом, під час якого системи адаптуються до нових умов, але не обов'язково рухаються в напрямку

більшої свободи чи справедливості. Так само вони мають різні погляди на природу соціальних конфліктів. Якщо у Ю. Габермаса соціальний конфлікт спричиняє в суспільстві нову раціональну дискусію, і досягнення консенсусу дає новий виток суспільного розвитку, то Н. Луман вважає конфлікт невід'ємною частиною соціальної динаміки і не визнає, що суспільна дискусія справляє якийсь значущий вплив на еволюцію соціальних систем.

У будь-якому разі, комунікативний підхід, який запровадили обидва дослідники, та можливості його застосувань до різних соціальних феноменів дають змогу для розгортання своїх міркувань дослідникам ХХІ століття. Так, розвиток ідей про громадянський діалог, трансформацію публічної сфери в умовах глобалізації та цифрових технологій, аналіз сучасних мультикультурних суспільств та принципів комунікативної раціональності як нової суспільної етики ґрунтується на концепції Юргена Габермаса. Концепція Нікласа Лумана найчастіше є методологічною засадою для досліджень соціальних мереж та цифрових технологій, організаційних змін та політичних систем, впливу процесів глобалізації на національні держави та соціальні інститути.

Таким чином, через концептуальний аналіз досліджень представників функціонального та інституціонального підходів – Е. Дюркгейма, Г. Спенсера, Т. Парсонса, Р. Мертона, П. Бергера, Т. Лукмана, Д. Норта, П. Бурдьє – з'ясовано, що соціальні інститути – це стійкі структурні утворення в суспільстві, які виконують певні функції, регулюють соціальну поведінку та відіграють ключову роль у формуванні й підтримці соціального порядку, забезпечуючи стабільність, передбачуваність і тяглість соціального життя.

Ключову характеристику функціональності обґрунтували Е. Дюркгейм, Г. Спенсер та пізніше Р. Мертон. Г. Спенсер показав роль функції у виживанні суспільства і став автором першої функціональної класифікації соціальних інститутів. Е. Дюркгейм виявив таку якість соціальних інститутів, як корисна функціональність, завдяки якій суспільство просувається у своєму розвитку від механічної солідарності до органічної. Р. Мертон, дослідивши функціонал соціальних інститутів, вивів, що кожна з

виконуваних ними функцій має явний та прихований потенціал з ознаками конструктивності та деструктивності, а це дозволяє розглядати ці соціальні утворення як не статичні у своїй функції, а налаштовані на певні зміни, характер яких визначає певна модель суспільного розвитку.

Трактування поняття «соціальний інститут» представниками інституціонального підходу виводить його за межі суто «технічного» визначення інститутів як простих правил, розкриваючи їхній соціальний, культурний та людський вимір. Інституціоналізм підкреслює соціально конструйованість інститутів, що робить їх живими, динамічними системами, які підтримуються завдяки визнанню та прийняттю членами суспільства (П. Бергер та Т. Лукман), розкриває, що інститути є не лише правилами, а й продуктом безперервної людської взаємодії, яка включає формування звичок (габітуалізація) та колективних уявлень (типізація) (П. Бурдьє, Д. Норт). Інформація також є ключовим інструментом, яким користуються індивіди для навігації в соціальному просторі, формування габітусу та функціонування в соціальних полях.

Ідеї про соціальний інститут як продукт і середовище комунікації розвинуті представниками критичної та системної теорій суспільства, передусім Ю. Габермасом та Н. Луманом. Попри те, що в основі їх теорій лежать різні підходи до розуміння суспільства (Ю. Габермас вважає, що суспільство є результатом взаємодії індивідів, а для Н. Лумана суспільство є самоорганізованою системою соціальних інститутів), вони обидва розглядають суспільство як арену комунікації і будують на тому свої теорії. Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса обґрунтовує прогресивний суспільний розвиток як поступове розширення комунікативної раціональності через діалог (дію), формування простору громадянської думки і критики влади. Системна теорія Н. Лумана обґрунтовує соціальні зміни як еволюційний процес, під час якого системи адаптуються до нових умов, що не обов'язково сприяють прогресу чи соціальній справедливості. Комунікативна здатність соціальних інститутів, таким чином, виступає важливою їх характеристикою, що дозволяє сучасним дослідникам, ґрунтуючись на принципах

комунікативної дії та самоорганізації соціальних систем, вивчати нові феномени, які ці соціальні системи трансформують.

Інформаційна здатність соціального інституту, тобто його розгляд як продукту інформаційних процесів, обґрунтовується до сьогодні, зокрема у зв'язку з виділенням такого виміру аналізу суспільства, як мережевий підхід. Інститут у цьому випадку розглядається як складна система, спроможна обробляти та транслювати інформацію. Такий розгляд наразі є результатом комплексного підходу, який розвивається на стику філософії, соціології, та інформатики і включає вже сформовані методології *теорії соціальних мереж* (формування та функціонування соціальних інститутів через мережеві взаємодії між людьми), *цифрової соціології* (зміна способів організації соціального життя під впливом інтернету, соціальних медіа та інших цифрових платформ); *теорії комунікації* (моделі розуміння світу через мову, символи та інші комунікативні засоби); *філософії інформації* (вивчення впливу інформаційних технологій на мислення, свідомість та соціальні взаємодії).

Висновки до розділу 1

У розділі розглянуто поняття інформації сьогодні як результат еволюції від суто технічного терміна до ключового соціального, економічного та політичного фактора. Ця еволюція знайшла відображення в теоріях постіндустріального та інформаційного суспільства, які обґрунтували, що інформація та інтелектуальні технології стали новою основою виробництва та джерелом влади. У сучасному світі інформація є не просто даними, а й рушійною силою, що формує нові соціальні структури, цінності та еліти, де інтелектуальна праця відіграє вирішальну роль.

Ці зміни викликають появу нових концепцій, що прагнуть осмислити сучасний стан суспільства. Концепція інформаційного суспільства наголошує, що це суспільство не лише володіє високим рівнем технологій, але й активно виробляє та використовує інформацію. Воно характеризується прискореною автоматизацією та трансформацією соціальних структур, де зростає обсяг інформаційної діяльності. Водночас ідея мережевого суспільства розглядає мережі як методологічну рамку для

опису того, як інформація та комунікації впливають на будь-яку взаємодію в сучасному світі, що також потребує подальшого осмислення.

Досліджено методологічні засади мережевого суспільства – його архітектуру, комунікацію та способи її функціонування за допомогою соціальних та медіамереж. Базовими концепціями для такого аналізу стали теорії соціальних дослідників, які, власне, і ввели в науковий обіг це поняття – Мануеля Кастельса та Яна ван Дейка. Предметом аналізу М. Кастельса є способи організації соціальних структур навколо електронних комунікацій, отже, мережі комунікацій і мережеві спільноти він описує як нові важливі принципи виробництва товарів, досвіду, культурних та владних патернів. Я. ван Дейк розумів мережеве суспільство як нову форму організації діяльності людей через медіамережі, які поступово замінюють або доповнюють особисті соціальні комунікації. Таким чином він визначив засадничі характеристики мережевого суспільства, які дозволяють долати обмеженість людського організму завдяки необмеженим можливостям електронних комунікацій та медіамереж.

Третьою методологічною засадою досліджень мережевого суспільства визначено нові медіа, які концептуально тільки оформлюються. Важливою передумовою їх концептуалізації ми вважаємо їх суспільнотвірну здатність та фундаментальні ідеї Маршала Маклуена про технологічну детермінацію людського світосприйняття, руйнування кордонів і сприйняття світу як «глобального села», про нові можливості, які дають технології для розширення людської особистості. Аналіз трьох ключових меседжів найвідоміших робіт М. Маклуена дозволив нам визначити ті напрями досліджень у контексті мережевого суспільства, які ми плануємо далі розглянути у своїй роботі. Зокрема, як інформаційні концепти змінюють соціальні структури та механізми їх функціонування, як відбувається творення інформаційного продукту, що впливає на суспільну свідомість, та як відбувається інформаційне самовідтворення соціальних структур з метою підтримання соціального порядку.

Інтеграція цих ідей показує, що мережеве суспільство – це не лише зміна технологій, а й глибинна трансформація соціальних взаємодій. Це проявляється у

виникненні мережевого індивідуалізму, що дозволяє людям створювати власні інформаційні простори; у появі колективного інтелекту, який завдяки мережам стає основою для спільного створення та вдосконалення знань; та в культурі конвергенції, де межі між виробниками та споживачами контенту стираються. Таким чином, мережеве суспільство є новим етапом розвитку, де технології та інформація не просто впливають на взаємодії, але й створюють нові форми соціальної організації, мислення та культури.

У розділі також розглянуто методологічні засади об'єкта дослідження – соціального інституту. Проаналізовано ключові роботи функціоналістського, інституційного та комунікативного напрямів, які дозволили з'ясувати ключові характеристики соціального інституту і розуміти його не лише як стабільну структуру, що забезпечує порядок і передбачуваність, як спершу стверджували функціоналісти (Г. Спенсер, Е. Дюркгейм). Інститути також динамічно формуються та відтворюються через безперервну людську взаємодію та соціальне конструювання, що підкреслюється інституціоналізмом (П. Бергер, Н. Лукман, П. Бурдье).

Уявлення про соціальний інститут як продукт і середовище комунікації сформовано завдяки аналізу ключових теорій Ю. Габермаса та Н. Лумана. Попри те, що в основу їх теорій покладені різні підходи до розуміння суспільства, вони обидва розглядають суспільство як арену комунікації і обґрунтовують соціальні зміни як поступове розширення комунікативної раціональності через діалог (дію) або як еволюційний процес, під час якого системи адаптуються до нових умов, але не обов'язково сприяють прогресу чи соціальній справедливості.

Сучасні дослідження, зокрема в рамках мережевого підходу, розглядають інститути як складні інформаційні системи, що обробляють та транслюють інформацію, демонструючи, як цифрові технології та мережеві взаємодії змінюють їхню природу та функціонування.

РОЗДІЛ 2. КОНСТИТУТИВНІ ОЗНАКИ І ТРАНСФОРМАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ІНФОРМАЦІЇ В СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТАХ

2.1. Інформаційні концепти трансформації соціальних інститутів у мережевому суспільстві

Інтернет і соціальні мережі надають людям безпрецедентні можливості для самовираження, підриваючи традиційні ієрархії та монополію на знання. Потужні цифрові платформи та громадянські ініціативи розподіляють владу і дозволяють людям брати участь у прийнятті рішень на рівні, який раніше був недоступний. Задля безперешкодної комунікації людей з усього світу стираються географічні кордони, формуються нові форми соціальної взаємодії з більшою увагою до індивідуальних цінностей і поведінки окремої людини. Про ці можливості, аналізуючи стрімкий поступ електронних технологій, багато писали такі відомі соціальні дослідники, як М. Кастельс, М. Маклуен, Е. Тоффлер та З. Бауман. Разом із тим нові ідеї, форми поведінки та види зв'язків у будь-якій соціальній системі завжди викликають певний опір самої системи, оскільки перешкоджають її визначеній, упорядкованій та передбачуваній роботі. Цю визначеність, упорядкованість та передбачуваність віддавна забезпечували соціальні інститути. Вони часто розуміються як своєрідна «фортеця стабільності та опору новому», оскільки містять у собі «комплекс позицій, ролей, норм і цінностей, представлених у конкретних видах соціальної структури й організації щодо стабільної діяльності людей по відношенню до фундаментальних проблем у виробництві для підтримки життєздатних соціальних структур у межах певного оточуючого середовища» [261, р.35].

Задля такої підтримки життєздатності соціальні інститути повинні повсякчас доповнюватися новими видами соціальних взаємодій, які історично склалися, самовідтворюються і задовольняють певні життєво важливі потреби людей. Окрім

того, що нові види взаємодій відповідають на виклики сучасних технологій та розв'язують ключові питання (як-от баланс між індивідуальними свободами та колективними інтересами, захист приватності, нові форми суспільної організації), соціальні інститути змінюють саму природу соціальних взаємодій, ієрархій та структур. На думку більшості відомих соціальних дослідників, інформація є одним із ключових елементів такої зміни.

Розвитку уявлень про соціальний інститут як систему із взаємопов'язаними елементами слід завдячувати першим соціологам XIX–XX століть – Е. Дюркгейму, Г. Спенсеру, Т. Парсонсу та Р. Мертону. Виходячи з необхідності описати механізми соціального порядку та умови збереження й адаптації соціальних груп, вони розвинули *функціональний підхід*. Цей підхід наполягає, що функціонування кожного елемента соціальної системи підтримує життєздатність цілого. У межах цього підходу була створена класифікація соціальних інститутів: сімейний, обрядовий, релігійний, політичний та економічний. На думку цих мислителів, саме ці інститути забезпечують стабільність суспільного розвитку за рахунок регулювання, розподілу та забезпечення соціального порядку.

З розвитком соціальної думки принципи цієї класифікації неодноразово критикувалися. Сучасні функціоналісти (як-от Н. Луман, П. Бергер, М. Фуко, Ю. Габермас) в описі інституційних феноменів приділяють більше уваги процесам змін і трансформації соціальних інститутів під впливом соціальних, економічних та культурних факторів. Це дає можливість зрозуміти, як соціальні інститути змінюються з часом і під впливом різних чинників.

Вплив інформаційного фактора на соціальні інститути та результати цієї дії в мережевому суспільстві ми досліджуватимемо, ґрунтуючись на ідеях провідних науковців. Дослідження охоплює кілька ключових сфер. Трансформація *сім'ї та гендерних ролей* розглядається на основі праць Е. Шортера (щодо індивідуалізації та приватизації) і Ю. Савельєвої (щодо «проектності» сім'ї). Зміни у *культурі та ритуальних практиках* аналізуються крізь призму ідей Р. Додонова та Л. Мановича

(зокрема, інституціоналізації субкультур). У сфері *освіти* ми спираємося на погляди Н. Лумана (функціонування освітніх інститутів у мережевому середовищі) та Дж. Сіменса (конективізм та можливості самонавчання ІІІ). Щодо впливу на *релігію*, ключовими є роботи С. Филипчук (про інтерактивність релігійного медіапростору) та П. Бергера (прояви релігійної глобалізації). Політичний та економічний виміри мережевого суспільства будуть проаналізовані через концепцію М. Калера («мережева політика»), ідеї Н. Негропonte (вплив цифрових технологій на бізнес) та робіт Е. Тоффлера й К. Ерроу, які розглядають інформацію як товар.

Протягом останніх десятиліть статистичні дані та соціологічні дослідження фіксують суттєві зміни, що відбуваються з *сім'єю як соціальним інститутом*. Наразі у багатьох країнах світу спостерігається плюралізація форм сімейного життя – замість однієї домінуючої моделі шлюбно-сімейних відносин виникають різноманітні форми організації приватного життя. Цьому, як зазначають дослідники (наприклад, Л. Олах, І.Е. Котовська, Р. Ріхтер [226]) сприяли радикальні зміни ролі й місця жінок у соціально-економічному житті суспільства, зростання потреби самореалізації в позасімейних сферах діяльності (насамперед для жінок), лібералізація суспільної моралі, яка стала толерувати розлучення, дошлюбні сексуальні стосунки, офіційно не зареєстровані шлюбні партнерства та позашлюбні народження. Якщо донедавна нормативним типом сім'ї та домогосподарства визнавалася лише традиційна сім'я (гетеросексуальна подружня пара з дітьми), а інші типи сімей чи індивіди, що не мали сім'ї, вважалися порушниками соціальних норм, то сьогодні з економічної точки зору для окремого індивіда стає вигіднішим інвестувати у власну освіту, здоров'я та кар'єрне зростання, аніж витратити час і кошти на сім'ю й дітей.

Традиційна сім'я, хоча й зберігає свою форму та поширеність, сьогодні сприймається вже не як джерело економічної стабільності чи захисту, а радше як джерело психологічної підтримки, спосіб організації дозвілля, а також канал для реалізації емоційних потреб індивіда, потреби в близьких стосунках та особистому

щасті. Подружні зв'язки поступово перетворюються передусім на психологічну цінність, що сприяє поширенню моделі сім'ї, яку соціальні дослідники характеризують як «постмодерністську». Вперше цей термін щодо сім'ї використав американський соціолог Е. Шортер, який у 1975 році виокремив три основні характеристики такої сім'ї: байдужість підростаючого покоління до ідентифікації себе з сім'єю; нестабільність подружніх пар, що супроводжується швидко зростаючим рівнем розлучень; руйнація поняття «гнізда» нуклеарної сім'ї у зв'язку з емансипацією жінок [247].

Американська феміністка Дж. Стейсі зазначає: «Мені здається, що ми живемо у перехідний період історії сім'ї, між періодом порядку, встановленого модерном, та періодом, якому поки що важко дати назву, і саме тому, що неможливо охарактеризувати за допомогою одного терміну конкуруючі взірці сімейних культур, які співіснують в даний час» [252, р.12].

Надзвичайно важливо в цьому контексті відзначити кардинальну трансформацію інституту сім'ї, яка відбувається під впливом інформаційних цінностей та елементів мережевого суспільства. Зокрема, українська дослідниця Ю. Савельєва, інтерпретуючи положення М. Кастельса про мережеву організацію соціуму, виводить постмодерністську сім'ю як модель мережевого суспільства і виокремлює такі ключові тенденції (тренди), які ми спостерігаємо в повсякденній реальності [100]:

- мережеві спільноти витісняють нуклеарні сім'ї в ролі первинних джерел емоційної підтримки [100]. Члени родини частіше ініціюють комунікацію в соціальних мережах, активно залучаються до різноманітних мережевих спільнот за інтересами (освітніх, гендерних, психологічних). Діти, відповідно, стають емоційно менш залежними від батьків, а більше – від віртуальних співрозмовників, які можуть як сприяти розвитку, так і деструктивно впливати на їхню особистість;

- започаткування міжособистісних зв'язків у кіберпросторі (знайомство) з подальшим (або відсутнім) офіційним оформленням шлюбу демонструє пріоритет

індивідуальних практик над абстрактними нормативними приписами. Це спричиняє зниження тяжіння до оціночних суджень і підтверджує можливості плюралістичних підходів до сімейної політики;

- створення сім'ї починає розглядатися як проєкт. Ця «проєктність» імпліцитно пов'язана з тезою М. Кастельса про орієнтацію мереж на реалізацію проєктів. Ідея тимчасовості проєкту знаходить свій відгук в ідеології «свідомої бездітності» (childfree). Прихильники цієї філософії називають основною причиною небажання мати дітей комплексне обмеження свобод та незалежності, а також економічні, політичні та соціальні втрати, які тягне за собою батьківство;

- вплив мереж на індивідів та їхні уявлення про сім'ю, що проявляється у змінах цінностей, норм, прагнень та поведінки, набуває безпрецедентних можливостей у поширенні порівняно з будь-яким попереднім етапом історії людства.

Отже, сучасною сім'єю (європейсько-американського зразка) все більше оволодіває логіка стосунків, покладена в основу функціонування мережі – горизонтальна (егалітарна) форма організації взаємовідносин, стирання меж між публічним і приватним, відчуття тимчасовості та свободи при одночасному прагненні до кооперації за умови співпадіння бажань та інтересів.

Обряди, ритуали та традиційні церемонії завжди визнавалися найдавнішим регулятивним механізмом інституційного характеру, покликаним демонструвати стан суспільної дисципліни і субординації. Пізніший аналіз соціальної природи цих практик, здійснений у працях М. Вебера [16], Е. Гобсбаума [27], М. Гальбвакса [191] та інших науковців, не лише надає розуміння того, як ці практики виникають, конструюються і зникають, зв'язуючи при цьому минуле та майбутнє певної спільноти, але й виявляє спільний знаменник для різноманітних форм людської діяльності.

Погоджуючись із думкою Р. Додонова про те, що сучасні ритуальні практики, з одного боку, формуються під впливом загального культурного поля, а з іншого – самі його й породжують (що забезпечує одночасну тяглість та унікальність) [165],

варто продовжити, що в сучасному соціумі пріоритетним є не буквальне відтворення традицій чи ритуалів у всій їхній формі, а збереження їхньої суті (духу), а інколи навіть їхня інтерпретація у нових форматах.

Наприклад, сьогодні значна частина культурно-символічного контенту часто транслюється через комунікативний мережевий простір. Цифрове середовище сприяє ознайомленню з новими формами обрядів та звичаїв, насамперед серед молодіжних спільнот, та блискавичному поширенню найбільш привабливих із них. Схвалення таких нових практик відбувається за допомогою «лайків» (вираження схвалення), а їхнє поширення забезпечується завдяки репостам (мережевій дифузії).

Загальноприйнятою і легкодоступною практикою в усіх прошарках суспільства сьогодні є фіксація урочистої або знаменної події в цифровій формі. Наприклад, якщо в доцифрову епоху традицією було приготування певної страви, що передувала спільній трапезі й об'єднувала членів родини, то новою традицією цифрової епохи можна вважати сімейні «відеоконференції» або створення родинного каналу (чату) в популярних месенджерах. Туди всі члени сім'ї розміщують світлини та цікаві моменти зі свого життя, орієнтуючись насамперед на старших родичів. Ці цифрові способи підтвердження дружнього чи сімейного зв'язку зменшують комунікативне навантаження на людину – надіслати жартівливе зображення простіше, аніж зателефонувати – але водночас дозволяють закріпити певні ритуали, що дають впевненість у добробуті близьких.

Поруч із видозмінами усталених форм традицій та ритуальних практик у сучасному соціумі під впливом інтернет-мереж з'являються нові різновиди ритуалізованої поведінки, зокрема у вигляді молодіжних інтернет-субкультур. Відомий дослідник цього феномену, Л. Манович, окреслює його значення наступним чином: кіберкультура або комп'ютерна культура – це культура, яка виникла або виникає через використання комп'ютерних мереж для спілкування, розваг та бізнесу. Інтернет-культура також охоплює вивчення різних соціальних явищ, пов'язаних зі Всесвітньою мережею, та інших нових форм мережевої взаємодії, як-от онлайн-

спільноти, мережеві ігри, обмін текстовими повідомленнями, і включає питання, пов'язані з ідентичністю, приватним життям та формуванням соціальних мереж [213]. Однією з перших інтернет-субкультур вважається субкультура Фідо (сформована на початку 90-х років XX століття серед користувачів Фідонету), пізніше виникли субкультури хакерів, геймерів, блогерів та тролів [57].

Закріпленню цих мережевих практик на інституційному рівні сприяє те, що із залученням індивіда до їхнього здійснення, вони розкривають його екзистенційний потенціал. Це своєю чергою уможливорює формування та зміцнення певних життєвих стратегій, сприяє набуттю різноманітних ідентичностей, успішній соціалізації й отриманню суспільної апробації.

Показовим прикладом таких нині надзвичайно поширених транскордонних молодіжних ритуальних практик є субкультури прихильників яскравих екзотичних стилів, які проникли до західного світу з культурного простору Кореї та Японії – зокрема, халлю, k-поп, манга та аніме.

Загалом, матеріальні та інтелектуальні технології, а також поведінкові патерни, що наповнюють інтернет-субкультури, надають їхнім учасникам змогу конструювати різноманітні варіанти життєдіяльності через засвоєння особистісних і соціальних стратегій. Крім того, ці практики дозволяють вибудовувати віртуальні симулякри масової культури, які ґрунтуються на засадах моди й поп-арту.

Якщо, описуючи інститути суспільства як сталі соціальні феномени, перші соціологи не могли віднести до їх числа освіту, оскільки вона в часи їх життя та наукової творчості не відзначалася масовістю, а відтак не можна було фіксувати сталі соціальні взаємодії всіх учасників суспільного процесу, то XX століття уже має підстави для включення освіти до корпусу базових соціальних інститутів. Зокрема, науковими підставами для формування таких уже загальноприйнятих уявлень про *освіту як соціальний інститут* є роботи Т. Парсонса, який вважав її одним із ключових агентів *соціалізації*, що готує індивіда до виконання різних соціальних ролей; роль освіти в процесі глобалізації та її вплив на передавання культурного

досвіду досліджували Е. Гідденс та П. Бурдьє; про соціальну мобільність освіти багато писали Дж. Голдтроп та Р. Коллінз.

Німецький соціолог Н. Луман у праці «Система освіти суспільства» [207] розглядав освіту як автономну соціальну систему зі своїми правилами, цінностями та внутрішньою логікою. На його думку, ця система не просто відображає зовнішній світ, а створює власну реальність через комунікацію. У контексті мережевого соціуму Н. Луман відзначав нові виклики: з одного боку, мережеві платформи надають необмежені можливості доступу до інформації, але з іншого – формують нові форми соціальної взаємодії, які можуть як сприяти, так і ускладнювати освітній процес.

Освіта, як й інші комунікативні системи, є носієм і транслятором певного культурного коду. У мережеву добу цей код, – підкреслює Н. Луман, – не стільки пасивно засвоюється, скільки критично осмислюється новими поколіннями. Це стає можливим завдяки створенню комунікативної освітньої ситуації, де замість односторонньої передачі інформації від викладача до учня має відбуватися безперервний діалог та обмін міркуваннями. Крім того, необхідно залучати учнів та студентів до генерації знань, а не лише до їхнього споживання, що реалізується через проєкти, дискусії та дослідження. Викладання має охоплювати не тільки предметні знання, але й розвиток навичок ефективної комунікації: вміння слухати, артикулювати власні думки, співпрацювати у команді.

Розуміння інформації як ключового фактора трансформації інституту освіти спричинило розвиток *теорії конективізму*. Вона тлумачить освітній процес як участь у мережевих спільнотах та виконання мережевих завдань з метою формування нових зв'язків між людиною і технологіями. Автор цієї теорії, американський педагог Джордж Сіменс, відстоює принцип, що «навчання може відбуватися у нелюдських додатках» [248]. Отже, сам процес навчання змінює вектор із засвоєння готових знань на їх самостійне здобуття. Інакше кажучи, здатність знаходити знання є більш критичною навичкою, ніж самі знання, які

невпинно застарівають через експоненційне зростання інформаційного континууму. Додатково учень має навчитися фільтрувати вторинну та надлишкову інформацію шляхом виконання мережових задач, участі в освітніх спільнотах та створення так званої «особистої мережі навчання» [248].

У згаданій праці Дж. Сіменс презентує такі ключові концептуальні положення конективізму: 1) навчання, яке тлумачиться як процес підключення до спеціалізованих вузлів або джерел інформації; 2) спеціалізовані вузли та джерела інформації інформації складаються з цифрових, електронних та інтернет-ресурсів, що засвідчує нерозривний зв'язок між навчанням і технологіями; 3) навчання а отже, й знання, полягають у розмаїтті поглядів та думок; 4) здатність осягати зв'язок між численними перспективами, різноманітними думками і поняттями посідає центральне місце в освітньому процесі; 5) формування й підтримка зв'язків є необхідними умовами для безперервного здобуття знань; 6) спроможність оцінити інформацію до початку безпосередньої взаємодії з нею є надособистісним умінням (метавмінням), яке застосовується ще до старту навчання [248].

Ідею мережової освіти продовжують розвивати португальські дослідники А. Аль-Дахдх, А. Озоріо і С. Кайрес, які аналізують роль викладача, учня та знань в умовах, що динамічно змінюються. Учні та викладачі розглядаються як вузли мережі, а самі знання – як сукупність цих вузлів та взаємозв'язків між ними. Ці взаємини не є автономними між двома окремими вузлами; вони входять до складу інших з'єднань та патернів. Цим і забезпечується мережева динаміка: потік відомостей впливає на збереження або припинення існуючих зв'язків, а також на додавання нових вузлів та виникнення нових взаємин [132].

Попри критичні зауваження, які лунають на адресу конективізму через його індуктивність та застосування інструментів неформальної логіки до освітнього процесу (що навіть нівелює ідею інституціональності освіти), ця теорія виявляється вельми корисною для розвитку інструментів штучного інтелекту, зокрема його здатності до самонавчання. Адже вона пропонує автономну модель здобуття знань, у

якій суб'єкт (учень) ідентифікує певні шаблони (патерни) з наведених прикладів без явного зворотного зв'язку. Багаторазове повторення та відносна схожість об'єктів у прикладах можуть допомогти учню об'єднати різномірні ідеї для формування нового об'єкта. За цим самим принципом може відбуватися і самостійне навчання штучного інтелекту.

Отже, інформація змінює соціальний інститут освіти в бік розуміння його як комунікації, застосування в освітньому процесі нових технологій і методів навчання; змінюються характер взаємозв'язків та роль ключових елементів освітньої системи: тепер учні і вчителі – вузлові елементи освітньої мережі, які не перебувають у відносинах підпорядкування, а співпрацюють задля пошуку нової інформації і утворення нових сталих взаємозв'язків.

Соціальний інститут релігії також зазнає суттєвих перетворень в епоху мереж. Новітніми формами вираження духовного досвіду є як віртуальні богослужіння та кібермолитви, так і онлайн-дискусії/форуми та музичне поклоніння у цифровому просторі. Ще наприкінці XX століття, передчуваючи колосальний вплив мережевої комунікації на усталені форми суспільної взаємодії, американський богослов С. Д. О'Леарі порівнював опосередковане комп'ютером спілкування із тектонічним зсувом, спричиненим свого часу винайденням друкарського верстата Гутенбергом [223]. В іншій своїй науковій праці вчений підкреслює, що інтернет не лише дозволяє завершити «велику місію» євангелізації всього світу, але й потенційно може стати потужним інструментом месіанського чудотворення [227]. Римокатолицька церква, інституціоналізуючи інтернет-середовище як легітимний спосіб спілкування вірян (тобто закріплюючи його в церковному контексті), через Послання Папи Франциска до 48-го Всесвітнього дня суспільних комунікацій, закликає католиків сміливо освоювати цифровий світ. Папа спонукає вірян сприймати мережеве спілкування як важливий засіб поширення віри та досягнення християнської єдності: «Сміливо ставаймо мешканцями цифрового світу. Церква потребує бути присутньою у світі комунікації для того, щоб вести діалог із

сучасними людьми й допомагати їм зустрічати Христа. ... Революція, що відбувається в комунікативних медіа та в інформаційних технологіях, є величезним і захопливим викликом; нам потрібно відповісти на цей виклик зі свіжою енергією та уявою, щоб передавати іншим красу Бога» [87]. Отже, церква як у теоретичних диспутах, так і в конфесійних практиках активно взаємодіє з інтернет-аудиторією через власні веб-сайти, соціальні мережі та блоги. Усі ці форми активності можна об'єднати під загальною назвою «електронні медіа», аби розглянути способи трансформації релігійних інститутів за обґрунтованими та структурованими ознаками. Приміром, Е. Тоффлер у своєму класичному дослідженні «Нова парадигма влади» називає найважливішими ознаками нових медіа інтерактивність, мобільність, зворотність, можливість взаємозв'язку, повсюдність та глобалізацію [117]. Зважаючи на це, проаналізуємо конфесійний медіапростір за цими ознаками.

Про інтерактивний характер медіапростору пише, зокрема, Лорне Л. Давсон у дослідженні «Медіація релігійного досвіду в кіберпросторі». Він стверджує: «Ця справжня інтерактивність залучає індивідуумів до суспільного життя в мережі та пов'язує користувачів із наявною соціальною дійсністю. Інтернет, на відміну від інших комунікаційних каналів, спроможний максимально наблизитися до двостороннього зв'язку офлайнових стосунків» [162, р. 31]. Перевагами інтерактивного спілкування для вірян є, як зазначає українська дослідниця С. Филипчук, можливість вести дискусії на теми, які неможливо обговорити в безпосередній комунікації усередині своєї парафіяльної громади. Людина може стати співтворцем нового медіапродукту (будучи автором гілки обговорень на конфесійному форумі); через соціальні платформи (Facebook, Instagram та ін.) спілкуватися з реальними людьми з будь-яких куточків планети на важливі для неї теми. Це дає змогу «вийти за інформаційні «храмові мури», винести на широкий загал свої не завжди «канонічні» роздуми та переживання, відчувати межову ситуацію між сакральним та профанним» [119, с.96].

Мобільність для релігійних установ проявляється передусім у використанні персональних електронних пристроїв – смартфонів, планшетів, комп'ютерів – для прямої трансляції важливих релігійних подій, проведення відеосемінарів, представлення релігійного контенту в зручному для сприйняття вигляді та оперативного спілкування через месенджери на духовні теми.

Ознаки *зворотності та взаємозв'язку*, як їх трактує Е. Тоффлер, означають передавання відомостей від одного носія до іншого. У цьому сенсі приватне електронне листування через Viber, WhatsApp, Telegram та інші популярні платформи, разом із їхніми інструментами перепощування (репостів), дає змогу охопити інформаційною увагою значно більшу кількість користувачів-вірян. Ключові конфесійні портали оперативно актуалізують інформацію, що стосується їхньої безпосередньої діяльності, а також додають фундаментальні праці, які фіксують світоглядні релігійні настанови своїх послідовників. Приміром, архітектоніка офіційного веб-ресурсу Православної церкви України (<https://www.pomisna.info/uk/>) містить такі мультимедійні розділи, як «Церква» (структура, єпископат, документи), «Предстоятель» (біографія, послання, проповіді), «Новини», «Відео» (трансляції богослужінь) та «Контакти».

Прояви *релігійної глобалізації* ґрунтовно досліджував американський соціолог Пітер Бергер у своїй праці «Релігійний досвід та традиція» [145]. Констатуючи зниження впливовості усталених традиційних релігій у сучасних соціумах, він фіксує зростання вагомості індивідуального релігійного досвіду людини. Пережитий досвід є «радикально інакшим», він виокремлюється з-поміж інших буденних людських практик і перетворюється на реальність *par excellence* (досконалу реальність), порівняно з якою всі повсякденні клопоти втрачають свою значущість. Саме цією тенденцією, на думку П. Бергера, можна пояснити поширення та схвалення нетрадиційних для християнської спільноти східних духовних практик (буддистських, індуїстських тощо).

Таким чином, бажаючи охопити якомога більшу внутрішню і зовнішню аудиторію, релігійні інститути активно використовують інтернет-мережі як найбільш зрозумілий канал комунікації. Релігійні мережеві суб'єкти, офіційні представництва конфесій, окремі духовні діячі та електронні медіа релігійного спрямування органічно поєднують виконання медійних і конфесійних функцій. Вони трансформують зовнішню та внутрішню комунікацію в церковному середовищі, залучаючи до творення контенту не лише осіб, відповідальних за певні напрямки церковного служіння, але й звичайних вірян та невоцерковлених осіб, яких цікавлять питання віри.

Політичні інститути суспільства задають параметри взаємин у соціумі, регламентуючи діяльність, пов'язану із завоюванням, утриманням та використанням владних повноважень. Як і інші соціальні інститути, вони охоплюють систему усталених норм, цінностей, інструментів та функцій, які виконує цей інститут у суспільстві, тим самим забезпечуючи стабільність і спадкоємність владних відносин.

Головним політичним актором у процесі інституціоналізації політичної системи традиційно вважається держава. У цьому сенсі варто погодитися з американським політологом Дж. Герцем, що світова історія фактично є літописом витворення, структуризації та еволюції держави. Ця ключова політична інституція набувала різних форм – від античної демократії до конституційної монархії. Нині ж вона історично існує переважно у формі національної держави. Проте соціологічна сутність цієї інституції залишається незмінною: це суспільний (головно політичний) інститут, який має монопольне право на легітимне застосування примусу на певній адміністративній території [193].

Стрімкі темпи розвитку цифрової цивілізації та тотальна трансформація соціально-економічної інфраструктури змушують державу дедалі активніше боротися за геополітичний вплив і конкурувати з новими транснаціональними та високотехнологічними суб'єктами — міжнародними корпораціями. На думку Дж. Герца, «держава вже не є тим «непохитним ядром» міжнародної політики, яким

вона була від часів Вестфальської мирної угоди» [193]. Сучасна криза держави полягає в неспроможності цієї інституції захистити власну територію від дії високотехнологічних засобів ураження, що унеможливорює її статус «твердого ядра» світової політики і стимулює необхідність звернення до колективних форм оборони та безпеки.

Водночас задля збереження свого домінування в соціально-інституційній структурі та забезпечення цілісності й безпеки суспільства, держава обирає трансформацію власних функцій та форм.

На початку ХХІ століття в країнах Західної Європи та США набула розвитку концепція «мережевої політики» [199]. Її теоретики розглядають державу як елемент, інтегрований у соціум через розгалужену мережу приватних або некомерційних організацій. У цьому процесі державні та громадські структури набувають нових форм децентралізованих установ із широкою базою контактів та високим рівнем координації.

Показовим прикладом такої децентралізованої держави є, приміром, Естонія, якій вдалося змінити підхід до державотворення з ієрархічного на мережевий. Мережева структура забезпечує ефективний зворотний зв'язок: система не чинить спротиву змінам, унаслідок чого державні рішення ухвалюються оперативно за підтримки стейкхолдерів та суспільства.

Новації публічно обговорюються в соціальних мережах. Для врахування громадської думки та позицій бізнесу мережеве суспільство використовує механізм публічної політики. Цей механізм вимагає, щоб політики враховували позицію громадян, а громадяни своєю чергою активно висловлювали свою позицію у просторі прийняття рішень. Важливим інструментом для залучення ключових стейкхолдерів до розроблення законопроектів є громадські консультації.

Однією з таких зацікавлених сторін, здатною впливати на діяльність будь-якої державної інституції, є блогосфера. Вона відіграє помітну роль у мережевій державі, особливо за умови активності фоловерів. Як зазначає О. Зернецька, якщо

повідомлення стосується суспільно значущих чи «злободенних» тем, воно неодмінно стає підставою для дискусії, що розгортається у коментарях. Коментування блогів є специфічною формою публічної комунікації. Її учасники можуть бути знайомими в реальному житті, і в таких випадках їхній спосіб комунікації набуває рис відповідальності та довіри (навіть при використанні псевдонімів) [44]. Блогосфера як місце суспільного діалогу безупинно генерує нові ідеї та думки, які можуть бути підхоплені та втілені. Це живий організм, що постійно наповнюється та змінюється, перетворюючись на дієвий механізм суспільно-політичного впливу [44]. Таким чином, сучасна держава засвоює мережеві інструменти, легітимізує механізми формування колективної волі до ухвалення суспільно обґрунтованих рішень (законів, декларацій) і продовжує залишатися ключовим соціальним інститутом у сфері політики.

Економічні інститути суспільства забезпечують усталені норми економічної поведінки, які регламентують практичну взаємодію індивідів у царині товарного та технологічного обміну. У рамках цієї нормативної економічної структури прийнято розглядати відносини власності, типи виробництва, а також пов'язані із цим соціальні цінності та морально-етичні стандарти. До конкретних соціальних інститутів в економіці належать інститут власності, системи торгівлі, розподілу, фінансів, страхування та інші види систематизованої економічної діяльності.

Зважаючи на те, що мережеве суспільство в центр своєї трансформаційної уваги поміщує соціальний процес, а не статичну модель чи об'єкт, розвиток названих інститутів і приведення їх до сучасної рівноваги відбувається не через додавання елемента чи ресурсу шляхом перемоги у конкурентній боротьбі (війні). Натомість це досягається шляхом встановлення нових видів соціальних взаємодій та масштабування цих взаємодій на якомога більшу кількість вузлів мережевого суспільства.

Це можна пояснити на прикладі економічного інституту власності. Як зазначає український економіст Ю. Радіонов, рух індивідів і груп в економіці зумовлений

безперервною конкуренцією та боротьбою за ресурси (власність) [98]. Раніше власність примножувалася переважно загарбницькими конфліктами різного масштабу, а для її закріплення в суспільстві укладалися звичаєві чи законодавчі угоди, спрямовані на захист набутих майнових прав.

Мережеве суспільство кардинально трансформує цей самий інститут власності завдяки застосуванню гнучких технологій організації цифрових електронних платформ. Ці бізнес-моделі утворюють своєрідну екосистему, що на добровільних засадах об'єднує необмежену кількість учасників економічних взаємин, покладаючись на неосяжні економічні активи. Основою таких бізнес-моделей є, наприклад, математична модель Барабаші–Альберт, що являє собою алгоритм генерації випадкових безмасштабних мереж з використанням принципу переважного приєднання [138]. Численні дослідники довели, що такі мережі поширені як у природі [240], так і у створених людиною системах (наприклад, інтернет [79], соціальні мережі [34], мережі цитування [115, 264]). У цих мережах наявні декілька вузлів-хабів з надзвичайно високим ступенем взаємозв'язків. Інакше кажучи, мережа з більшою кількістю взаємозв'язків притягує до себе зв'язки менш потужних мереж і за рахунок цього набуває ще більшої потужності.

Якщо в основу бізнес-моделі покласти зв'язки транснаціональної корпорації з її величезною кількістю економічних взаємин, то вона, навіть не володіючи важелями прямого контролю над масами постачальників і споживачів, на добровільній основі залучає до цієї моделі менш потужних учасників, формує правила їхньої поведінки та порядок розподілу спільно створених прибутків.

При такій організації бізнесу корпорації не потрібно примножувати власність у вигляді статичних ресурсів (матеріальних активів), а також немає необхідності здійснювати значні інвестиції. Прикладами є: Amazon (не має жодного власного складського приміщення), Uber (не володіє жодним автомобілем), Airbnb (не має у власності жодної нерухомості). Усі ці гіганти спираються на активи численних учасників економіко-технологічних платформ, розташованих у різних країнах. Саме

тому співвідношення зарубіжних продажів до зарубіжних активів у цифрових компаніях є істотно вищим, ніж у традиційних лідерів глобального бізнесу. Власники цифрових платформ, не застосовуючи механізмів прямого акціонерного контролю, здатні формувати привабливі економічні умови для залучення масової цільової аудиторії цілком незалежних постачальників з усього світу.

Способи монетизації доданої вартості можуть варіюватися (від продажу рекламного простору, як у Facebook/Google, до стягування відсотків від транзакцій, як у Airbnb/Uber). Однак сам тип бізнес-моделі залишається незмінним – це з'єднання постачальників і покупців на базі єдиного інтернет-майданчика. Конкретні методи створення умов для постачальників та способи їхнього з'єднання зі споживачами обумовлюють унікальність, привабливість, а отже, і прибутковість платформної моделі бізнесу.

Серед інших цифрових технологій, які спричиняють кардинальну видозміну економічних інститутів, слід виокремити блокчейн та Інтернет речей (IoT) [107].

Блокчейн, що увійшов у наше повсякдення через криптовалюти, системи верифікації даних та реєстри, зумовив появу нетипових організаційних форм бізнесу та нових моделей фінансової поведінки. На сьогодні він дедалі активніше конкурує з традиційними структурами, заснованими на праві власності, як-от підприємства (фірми) і навіть держава.

Інтернет речей пропонує нам транзакції без участі людського фактора та спільне використання ресурсів, що у майбутньому докорінно змінить структуру споживання. IoT вже успішно використовується там, де існує потреба у віддаленому моніторингу стану об'єктів і накопиченні великих масивів даних для подальшого аналізу. Наприклад, міський транспорт, оснащений датчиками переміщення, контейнери для сміття з сенсорами наповнення, планування маршрутів на основі даних про рух мешканців, відеомоніторинг, контроль рівня води у водоймах, а також сенсори шуму та забруднення – усе це вже підвищує зручність і безпечність міст по

всьому світу. А великі дані, зібрані завдяки роботі цих датчиків, надають муніципальній владі можливість глибше розуміти потреби громадян.

Усі ці приклади нових бізнес-моделей, що є наслідком трансформації усталених економічних інститутів, були б неможливими без ключового фактора – усвідомлення суспільством ідеї про інформацію як товар. Формалізацію цієї концепції одним з перших здійснив американський соціолог і філософ Е. Тоффлер. У другій книзі трилогії, присвяченій інформаційному суспільству, – «Третя хвиля» [118] – він демонструє, як інформація починає витісняти навіть таку традиційну сферу індустріального суспільства, як виробництво. Далі він обґрунтовує механізми набуття інформацією якостей товару, наголошуючи на таких аспектах:

а) монетизація даних: збір, детальний аналіз та продаж персональних відомостей стають дедалі поширенішими практиками сучасного світу;

б) нові продукти: виникають новітні продукти, базовані на інформації як головному ресурсі – програмне забезпечення, масиви даних, консалтингові послуги;

в) захист інтелекту: виникає нагальна потреба у захисті інформаційної інтелектуальної власності (подібно до захисту майнових прав у доіндустріальному суспільстві).

Окрім того, Е. Тоффлер визначає унікальні властивості інформації, які дозволяють вважати її новим видом багатства: легкість копіювання та відтворення, незалежність її вартості від кількості споживачів, а також збільшення її цінності зі зростанням кількості з'єднань та мереж.

Ідеї про інформацію як унікальний економічний ресурс підтримує нобелівський лауреат з економіки, автор теорії економічної рівноваги Кеннет Джозеф Ерроу. У працях «Інформація та економічна поведінка» [134] та «Інформація як товар» [135] він підкреслює дві важливі особливості цього феномену. По-перше, інформація відіграє ключову роль в управлінні розподілом ресурсів, значно перевершуючи цінове значення звичайних товарів. По-друге, вона сама є дефіцитним і цінним продуктом, проте її властивості докорінно відрізняються від звичних. Особливості

інформації як товару полягають у наступному: а) невичерпність при споживанні: На відміну від будь-якого іншого ресурсу чи продукту, при споживанні інформація не зникає; вона може бути багаторазово відтворена та слугувати підґрунтям для численних варіантів знання; б) швидка девальвація: За певних умов вона може застарівати, втрачати актуальність і, як наслідок, отримувати «нульову» вартість.

З огляду на те, що інформаційний сектор, представлений сьогодні медіаіндустріями, робить вельми істотний внесок у національні та глобальну економіки, стає зрозумілим «економічний детермінізм» інформації як критичного виміру сучасного споживчого ресурсу.

Тож можна констатувати докорінну трансформацію соціальних та економічних інститутів суспільства під впливом інформаційно-комунікаційних технологій. Усвідомлення ідеї інформації як товару спричиняє виникнення нових економічних форм суспільного взаємообміну. Ці форми враховують здатність інформації бути скопійованою та багатократно відтвореною, її можливість масштабуватися зі зростанням кількості мережевих з'єднань, незалежність її вартості від кількості споживачів, а також принципово інший механізм розподілу ресурсів, що навіть дозволяє генерувати ці ресурси незалежно від природних та людських чинників.

Таким чином, інформація в мережевому суспільстві є потужним важелем, за допомогою якого здійснюються різноманітні суспільні перетворення, що охоплюють усі сфери життєдіяльності – від сімейних відносин та освіти до політики та економіки.

Трансформація сім'ї відбувається у напрямку зміни традиційних ролей (подружня пара об'єднується заради психологічної підтримки, а не утворення домогосподарства); виникнення нових форматів відносин (руйнування нуклеарної сім'ї, розуміння сім'ї як соціального «проєкту», суголосного ідеї «свідомої бездітності»); зростання ролі інтернету (заміщення нуклеарної сім'ї у функції емоційної підтримки, утвердження плюралізму в сімейній політиці та зміна ціннісно-нормативних уявлень про інститут як такий).

Інформаційний концепт породжує мережеві практики в сфері обрядовості та ритуалу, які, з одного боку, зберігають дух традиції або пропонують нові форми її збереження, а з іншого – запроваджують у суспільний обіг нові види ритуалізованої поведінки, пов'язаної з кіберкультурою та транскордонними молодіжними ритуальними практиками.

Інститут освіти через вплив інформації переходить у вимір комунікації. Це уможлиблює застосування нових мережевих технологій та методик навчання; спричиняє зміну рольової поведінки учасників освітнього процесу та виникнення нових форм соціальної взаємодії. Крім того, інформація сприяє подальшому розвитку теорії конективізму, яка відстоює пріоритет здатності пошуку знання над самим знанням. Ця ж теорія, поряд з біхевіоризмом і когнітивізмом, стає методологічною основою для самонавчання штучного інтелекту.

Активно трансформуються релігійні інститути: інтернет-мережі поступово стають домінуючим каналом комунікації, що дозволяє вести дискусії щодо питань віри та залучати широке коло зацікавлених осіб (церковнослужителів, простих вірян та невоцерковлених осіб) до творення релігійного контенту. Окрім того, інформація сприяє збільшенню ваги індивідуального релігійного досвіду як прояву глобалізації та підтримці нетрадиційних для певної спільноти духовних практик.

Інформаційний концепт також змінює способи ведення політичних кампаній, спричиняє виникнення електронного урядування та зростання ролі громадянського суспільства. Сучасна держава як основний політичний інститут засвоює мережеві інструменти та легітимізує механізми формування колективної волі до ухвалення суспільно обґрунтованих рішень.

Під впливом ІКТ відбувається глибока трансформація економіки: виникає цифрова економіка, змінюються форми праці та зайнятості, зростає роль стартапів і цифрових платформ. В основі всіх цих зрушень лежить розуміння інформації як товару і як нового ресурсу, що конкурує, а інколи й заміщує традиційні ресурси (сировину та енергію).

Отже, трансформація соціальних інститутів у мережевому суспільстві під впливом інформації створює як нові можливості, описані вище, так і значні виклики. Аби ефективно адаптуватися до змін і використовувати інформаційні можливості на благо суспільства, важливо розуміти такі виклики. І це стане предметом розгляду в наступних пунктах дисертаційного дослідження.

2.2. Влада мереж та її вплив через медіаманіпуляції та конструювання контрзнання

Влада мереж, що базується на децентралізованій природі інформаційних технологій, кардинально змінює етичні та політичні основи соціальних інститутів. Децентралізація мережевої влади проявляється в тому, що соціальні мережі та маркетингові технології дозволяють будь-якому актору – від інфлюенсера до громадянського активіста – отримати доступ до аудиторії та впливати на громадську думку, обходячи класичних «вартових воріт». Це створює нові центри впливу, які можуть конкурувати з традиційними інститутами. Таким чином усередині мережевих спільнот формуються нові етичні норми, швидко поширюючись через віральні меми і громадську думку та кидаючи виклик усталеним інституційним правилам. Швидкість та вірусність поширення – ще одна важлива засада мережевої влади, яка дає їй перевагу над повільними і часто бюрократичними інституціями традиційного суспільства. Одночасно трансформується політична легітимність, оскільки традиційні ієрархії втрачають монополію на ухвалення рішень, а нові соціально-мережеві актори (лідери думки) набувають значного впливу. Ці актори часто вдаються до формування емоційно насичених зв'язків та ідентичності – своєрідної «магії соціальних мереж». Тобто використовують медіаманіпуляції (наприклад, через таргетовану рекламу, персоналізовані стрічки новин) для формування переконань та поведінки, що є більш ефективним, ніж примус. Ця

«м'яка сила» дозволяє мережам впливати на індивідуальні рішення, не вимагаючи відкритого підпорядкування.

Медіаманіпуляції прийнято розуміти як цілеспрямований вплив на громадську думку за допомогою засобів масової інформації, який здійснюється шляхом спотворення інформації, вибіркового подання фактів, використання емоційних маніпулятивних прийомів та інших методів, з метою формування у людей певних поглядів, переконань або поведінки [43].

Медіа як комплекс традиційних засобів масової інформації (друковані видання, радіо, телебачення) та соціальні медіа (платформи для обміну повідомленнями, соціальні мережі для професіоналів, блоги та відеохостинги, чати та дошки оголошень) – основне місце та одночасно інструмент медіаманіпуляцій. М. Маклуен, як вже було зазначено в першому розділі цієї роботи, був одним з перших, хто обґрунтував, що сам засіб комунікації (медіум) має набагато більший вплив на суспільство, аніж зміст, який він передає. У роботі «Розуміння медіа: Розширення людини» (1964) він виділив три періоди розвитку цивілізації і визначив, що в період первісної дописьмової культури життя суспільства детерміноване усними засобами комунікації. Другий період – це письмово-друкарська культура індустріальної епохи, в який виникли і розвинулися в певній мірі засоби письмової комунікації, але вони ще мали елітарний характер, оскільки були доступні лише освіченим людям. Третій період М. Маклуен називає електричним. Саме завдяки електриці, на думку М. Маклуена уможлиблюється зв'язок людей в усьому світі, стирається межа між днем та ніччю, а світ перетворюється на «одне глобальне село». Саме глобальні електронні медіа, як пророкував М. Маклуен, не просто продовжують нервову систему людини, а трансформують її психічне та суспільне життя, часто створюючи для людини ілюзію вибору: «Сьогодні, після понад століття електричних технологій, ми розширили саму нашу центральну нервову систему до глобальних масштабів, скасовуючи простір і час на нашій планеті» [215, р.5].

Дослідити ці трансформації в контексті філософії – означає з'ясувати, як медіа впливають на повсякденність, публічний та науковий дискурс, як вони можуть бути використані для маніпуляції фактами, формування псевдонаукових та «постправдивих» уявлень, як, нарешті, вони впливають на політичні процеси з метою маніпуляції виборцями та формування потрібної для замовника політичної думки

Як пише українська дослідниця І.М. Ломачинська, сучасні медіа та соціальні мережі є сьогодні тотальним посередником між людиною та світом [70], у першу чергу завдяки здатності генерувати соціальні міфи із подій та сюжетів, які є значущими для спільноти в конкретний момент часу. Найважливішим у міфотворчості, на думку одного з найбільш відомих її дослідників, французького структураліста Ролана Барта, є спосіб висвітлення події [140]. Тобто, щоб відбутися як комунікативний продукт і стати медіаподією, історію чи випадок треба належним чином висвітлити. На прикладі офіційних медіа це показав Жан Бодріяр у своїх есе «Війни в Затоці не було» [141]. Зокрема він акцентував, що докладне та дуже часте висвітлення подій від різних медіа не дало можливості скласти справжнє уявлення щодо протистояння, яке відбувалося між Іраком та Коаліцією з 35 країн у 1990–1991 роках. Поширення відомостей про події в реальному часі, а відтак не належним чином осмислене, робить, на думку Ж. Бодріяра, війну *симулякром*, а самі події не настільки значущими, як розповідь про них. Ця думка стала наслідком його більш фундаментальних міркувань про симулякри в працях «Порядок симулякра» (1975) та «Симулякри і симуляція» (1981) [7], де він визначає симулякр як знак, який не вказує на щось реальне, а сам по собі стає реальністю. Сучасне суспільство він осмислює як таке, де симулякри переважають над реальністю, втрачаються реальні референти, а замість них відтворюються системи знаків.

Цей процес сучасний український дослідник Є. Борінштейн визначається як віртуалізацію, що являє собою будь-яке заміщення реальності її симуляцією/образом [9]. Він зокрема підкреслює, що соціальний зміст віртуалізації – симуляція

інституційного ладу суспільства первинна по відношенню до змісту технічного. Це означає, що конкуренція образів підміняє реальність, створюючи ілюзію сенсу, і дозволяє змінювати ціннісні орієнтації всього суспільства.

Одним із втрачених референтів, за Ж. Бодріаром, є історія [7, с.65]. Історія, як доводить дослідник, перетворюється на міф, і переходить до кінематографу, який своїми продуктами і демонструє ностальгію за втраченою референцією. Для доказу цієї тези Ж. Бодріяр аналізує відомі фільми західної кінокласики «Барі Ліндон» (реж. Стенлі Кубрик), «Останній кіносенанс» (реж. П. Богданович) [7, с. 70–71]. Авторка дисертації у своїй більш ранній публікації [262] зверталася до сюжету радянського кіно «Потьомкін» (реж. Сергій Ейзенштейн), який увійшов до переліку 12 найкращих фільмів усіх часів і народів у Брюсселі 1958 року. Фільм вибудований на реальному сюжеті, але з уявного перебігу подій – хоча й донині деякі сцени з фільму сприймаються як документальні. Зокрема вже давно дослідниками доведено, що не більше чверті матросів насправді підтримали цей заколот, що бунт був дійсно підготовлений, а не виник спонтанно, що після того, як корабель пришвартувався в Одеському порту, там виникла масштабна пожежа, яка супроводжувалась грабунками, погромами та спричинила загибель декількох сотень осіб і поранення ще декількох тисяч... [229]. Більше того, навіть одеський топонім – Потьомкінські сходи – отримав назву саме завдяки цьому фільму. Разом із тим пафос непереможної боротьби зумовив інший вигляд подій, який завдяки яскравому таланту режисера закріпився в історичній пам'яті. Ефект зміненої реальності присутній і в інших уславлених кінострічках – вони дуже часто змінюють людське уявлення про те, що відбувалося насправді, особливо, якщо подія вже відбулася багато років тому та всебічно осмислена.

Відштовхуючись від тези М. Маклуена «the medium is a message», Ж. Бодріяр робить висновок про те, що збільшення кількості інформації в медіа спричиняє імплозію смислу – процес, під час якого знання, істина та значення поступово втрачають свою чіткість і глибину, замінюючись поверхневими імітаціями та

симулякрами [7]. Він висуває три гіпотези про механізми та наслідки такої втрати смислу: 1) «інформація продукує смисл ..., але їй не вдається компенсувати раптову втрату значення в усіх сферах» [7, с.117]; 2) «інформація не має нічого спільного із значенням. Це вже інше, це операційна модель іншого порядку, зовнішня щодо смислу та циркулювання власне смислу» [7, с.117]; 3) «між двома явищами існує чіткий та необхідний взаємозв'язок, тією мірою, якою інформація прямо руйнує або нейтралізує смисл і значення. Втрата смислу прямо пов'язана з підливною та відстрашувальною дією інформації, засобів інформації та засобів масової інформації» [7, с.118]. Спробуємо далі наповнити ці гіпотези власним розумінням, додавши приклади нових практик та феноменів суспільства комп'ютерних мереж.

1) інформація продукує смисл, але не може компенсувати втрату сенсу в усіх галузях, оскільки його поглинання відбувається швидше, ніж повторна ін'єкція. Це можна пояснити таким чином: у мережевому суспільстві людина щодня стикається з масою інформаційних повідомлень зі сфери політики, економіки, соціальних проблем, науки, дозвілля. Але замість того, щоб розширювати свій кругозір та розуміння світу, людина шаленіє від такого надмірного інформаційного тиску і не здатна утримувати в голові ключові ідеї та формувати цілісну картину світу. Це пов'язано і з великою швидкістю надходження інформації (ми не встигаємо обробляти всі інформаційні повідомлення, які отримуємо), і фоновістю або ефектом «інформаційного шуму» (велика кількість інформації утруднює пошук достовірних джерел і формування власної думки). Інформаційний шум, як показано в роботі [83], виникає в результаті надмірності інформації і розрізняється як за своїми джерелами, так і за іншими параметрами, від яких залежить сила його впливу на споживача.

Результатом інформаційної надмірності можна вважати фрагментовану свідомість мережевої людини, адже алгоритми соціальних мереж та пошукових систем створюють для кожного користувача індивідуальний інформаційний простір, який підтверджує вже існуючі його переконання. Це призводить до того, що люди все менше стикаються з альтернативними поглядами і фактами, що ускладнює

формування об'єктивної картини світу. Виникає ефект своєрідної «ехокамери»: групи людей, які активно спілкуються в межах певних онлайн-спільнот, підсилюють взаємні переконання та утворюють уявлення про одноманітність поглядів. Уперше цей ефект обґрунтований соціологами К.Х. Джеймісоном та Ф. Капеллі у зв'язку із вивченням впливу радіошоу телеведучого Раша Лімбо на консервативних виборців і сприяння успіху Дональда Трампа [195]. Вони показали, що учасники ехокамери, підсилювані взаємним відлунням голосів своєї спільноти, створюють надійний захист від неприйнятних альтернативних джерел інформації. Українська дослідниця О.В. Комар як приклад ехокамери в українському політичному просторі називає утворення протилежних таборів виборців «25%» проти «73%» у 2019 році [53]. Дією цього ж ефекту вона пояснює неможливість комунікації щодо подій російсько-української війни між родичами, що знаходяться в різних мережево-комунікаційних спільнотах: «спроби «донести правду» щодо російської війни в Україні переважно є неуспішними, якщо комуніканти належать до різних політичних груп і не є одностайними, які і раніше поділяли спільні погляди, причому вплив навіть близьких родинних зв'язків виявився несуттєвим для зміни епістемічного фону» [53, с.242].

2) *Інформація не має нічого спільного із змістом (сміслом), виступаючи операційною моделлю нижчого порядку і не передбачає ніякого кінцевого сенсу.* Цією тезою Ж. Бодріяр показує, що не вся інформація є знанням і не будь-яка закономірність вказує на причинно-наслідковий зв'язок. Наочним прикладом такої інформації є штрих-кодування на продуктах та товарах: сам набір цифр містить дуже багато інформації про товар, але пересічному споживачеві цифри на штрих-коді не скажуть нічого. Велика кількість інформації в соціальних взаємодіях, зокрема в медіакомунікації, так само може занурити людину в стан фрустрації, і людина починає сприймати інформацію не критично, на периферії свідомості, не задумуючись, чи відповідає ця інформація дійсному стану справ, тобто чи є правдивою. Така здатність інформації дає ґрунт для розвитку такого виду медіаманіпуляції, як дезінформація. Дезінформація в медіа найчастіше проявляється

як результат маніпуляції даними; штучних кореляцій; перевантаженого емоціями повідомлення, що дозволяє обійти раціональне мислення; створення альтернативних реальностей (люди, яким така реальність до вподоби, дуже легко вірять в цю маніпуляцію і відкидають будь-які способи довести їм протилежне). Новітнім прикладом несвідомої дезінформації в медіа є т.зв. «клікбейтність» – коли заголовок не відображає суті повідомлення, а ставиться з метою залучити більшу кількість переглядів. Ще одним новим на сьогоднішній день інструментом медіаманіпуляцій є технологія дипфейку, яка використовує штучний інтелект для створення реалістичних, але фальшивих зображень, відео або звукових записів. За допомогою дипфейків можна замінити обличчя людини на інше, створити відео, де людина говорить або робить те, чого насправді не говорила і не робила. Дипфейк є яскравим доказом тези Ж. Бодріяра про оперування інформацією без розуміння її кінцевого сенсу. Українська дослідниця О. Кузнецова цікаво аналізує приклади дезінформації авторства штучного інтелекту, які буди підхоплені та поширені багатьма традиційними та соціальними медіа [60]. У якості ілюстрації наведемо два з них. Перший приклад – фото путіна та китайського лідера Сі Цзіньпіна, неначебто зроблене під час візиту останнього у Москву у 2023 році. Штучний інтелект на замовлення автора інформаційного повідомлення створив фото, на якому путін стоїть на колінах перед Сі Цзіньпіном та цілує йому руку. Згодом журналісти Deutsche Welle опублікували спростування: як вони виявили, автором цього фото був ШІ [14]. О. Кузнецова ж в ознаках, за якими фактчекери виявили дезінформацію, вбачає намір автора, який першим поширив це фото, понасміхатися над «прогинанням» президента рф перед китайським лідером, в якого в дійсності путін просив озброєння для російської армії, що воює проти України [60]. Читачі медіа, які це фото помітили і масштабно поширювали його вже через власні соцмережі та месенджери, зайвий раз утверджувалися у своїй спрощеній пояснювальній схемі щодо повної залежності росії від Китаю.

Другий приклад – текстова дезінформація в українському медіа, яке опублікувало новину про те, що Сербія придбала 20 000 Shahed-136, які начебто замовила в Ірану. Цю новину переопублікував український агрегатор новин ukr.net. Згодом фактчекери виявили, що це повідомлення – фейкове, згенероване штучним інтелектом, про це пише О. Кузьменко у статті «ШІ вигадав новину про «20 000 Shahed-136, які придбала Сербія» [61]. Відомості про придбання безпілотних літальних апаратів були оприлюднені на обліковому записі Х (Twitter). Ця інформація виявилася напівправдивою містифікацією. Насправді 7 серпня Горан Алексич, який обіймає посаду заступника міністра закордонних справ Сербії, дійсно здійснив візит до Ірану. Проте вістку про «20 000 дронів-камікадзе Shahed-136, які нібито придбала Сербія», активно розтиражували вітчизняні медіа. Згодом було встановлено, що дані про фактичну закупівлю безпілотників за заданою програмою були згенеровані штучним інтелектом.

3) *інформація безпосередньо руйнує або нейтралізує смисл, і це пов'язано з розвінчувальним впливом медіа.* Ось приклад, який розгортає цю тезу. Уявімо собі, що знайдено новий перспективний метод лікування важкої хвороби. Цей метод підтверджений кількома незалежними дослідженнями і викликає великі надії в пацієнтів та медичної спільноти. Через короткий час інформація про новий метод швидко поширюється в медіа. Люди, які страждають від цієї хвороби, та їхні родичі починають активно цікавитися, шукати деталі, сподіваючись на швидке одужання. Але, паралельно з позитивними новинами, в медіа починають з'являтися статті, які сумніваються в ефективності нового методу. Експерти, які мають протилежну думку, концентрують навколо себе увагу читачів (глядачів). З кожною новою публікацією, в якій висловлюється сумнів в ефективності лікування цієї хвороби, довіра до нового методу починає знижуватися. Люди, які раніше покладали на нього надії, починають сумніватися, чи варто його пробувати. У результаті такої інформаційної кампанії багато людей втрачають віру в те, що новий метод може їм допомогти. Надія знайти спосіб вилікувати свою хворобу, зникає. Таким чином

інформація про новий метод лікування, яка спочатку давала людям надію на одужання та сили боротися з хворобою, після хвилі розвінчувань втрачає свій позитивний заряд. Вона більше не несе в собі ніякого сенсу для тих, хто сподівався на порятунок.

Сам Ж. Бодріяр для ілюстрації цієї тези аналізує сучасний йому приклад висвітлення у світових медіа інформації про терористичний акт із захопленням літака палестинцями, який стався у Могадишо в 1977 році. Основною вимогою загарбників було звільнення керівників терористичної організації «Фракція Червоної Армії», які утримувалися в німецькій в'язниці Штамгайм. Після того, як захоплення літака не вдалося, на другий день цих керівників знайшли мертвими в камерах. Ж. Бодріяр пише, що засоби інформації виступають як носій морального осуду тероризму та політичного залякування і одночасно «поширюють грубе зачарування терористичною дією, вони самі терористи, тією мірою, якою вони самі піддаються зачаруванню» [7, с. 125]. Інакше кажучи, сучасні засоби масової інформації, за Ж. Бодріяром, створюють навколо нас штучну реальність, яка відрізняється від дійсності. Ця маніпулятивна інформація проникає в усі сфери нашого життя і впливає на наше мислення та поведінку. Ми стаємо заручниками цієї системи, і вирватися з цього кола він не бачить можливості.

Так само Ж. Бодріяр не бачить і перспектив для медіа, оскільки, вдаючись до описаних маніпуляцій, вони не виробляють, а інсценують смисл та комунікацію і таким чином розкладають усе соціальне. Він пророкує, що зі зникненням смислів і контентів самі медіа зникнуть як такі.

Разом із тим, Ж. Бодріяр не визначає, що виробництво симулякрів є кінцевим процесом, так само як і виникнення нових подій та явищ, потребує смислового пояснення та адекватного опису. Можна сказати, що для медіа смисл та його симулякр співвідносяться в соціально-інформаційному просторі, як ризик (R) та рівень конкуренції (X) відповідно. Тобто маркетингова формула $R = f(X)$ демонструє нам залежність смислу від рівня вироблених цим смислом симулякрів. Така зміна

носить нелінійний характер і може залежати від актуальності події для різних спільнот і суспільств та рівня її висвітлення, а також від додаткових (непрогнозованих) подій і їх перебігу, а головне – від кількості інструментарію, який застосовується для досягнення цілей інформаційної кампанії. Останній являє собою комплекс маркетингових технологій, які дозволяють медіа не тільки виживати, а й процвітати, адаптуючись до мінливих потреб аудиторії та конкурентного середовища. Основні способи підтримки медіа за допомогою маркетингових технологій пов'язані з такими операціями з медійним контентом, як персоналізація, інтерактивність, вимірювання ефективності та монетизація.

Загальний смисл *персоналізації та таргетування* інформації полягає в прагненні досягти максимальної ефективності комунікації шляхом персоналізації контенту. Ще в 1995 році теоретик комп'ютерних технологій Н. Негропonte прогнозував появу «інтелектуальних агентів» або персональних редакторів, які би відбирали для користувача найбільш релевантний контент: ««Уявіть собі майбутнє, де певний інтерфейс матиме доступ до всіх газет, усіх телевізійних каналів та усіх радіопередач на землі, а потім складатиме персоналізовану добірку: своєрідну газету, створену спеціально для вас» [221, р.153]. Однак просте використання такого агрегатора могло би справити негативний вплив на бізнес-модель інтернет-компаній та медіа, які фінансують контент та отримують прибуток переважно від онлайн-реклами. Як зазначає Е. Парізер у своїй книзі «За стіною фільтрів» (2011) [230], в 1994 році Джефф Безос передбачив потенціал персоналізації, створивши Amazon. Його ідея полягала в тому, щоб поєднати переваги інтернет-магазину з індивідуальним підходом книгарні, де продавець знає переваги кожного клієнта. І тому він використовував алгоритми, які рекомендували книжки з урахуванням переваг інших покупців. Далі механізми мережевої персоналізації розвинули засновники Google – Л. Пейдж та С. Брін: їх система PageRank дозволяє Google видавати найточніші результати пошуку, аналізуючи величезні обсяги даних про користувачів. Ці дані збираються, зокрема, через безкоштовні сервіси, як-от Gmail.

Таким чином, користувачі отримують зручний інструмент пошуку в обмін на особисту інформацію, включаючи вміст електронних листів. Пізніше соціальні мережі (приміром Facebook) почали збирати величезні обсяги особистої інформації користувачів через лайки, коментарі, навіть простий перегляд контенту – все це використовується для створення персоналізованої стрічки новин, яка формує в користувача ілюзію унікальності та важливості. Такий підхід робить користувачів залежними від платформи, ускладнюючи перехід на інші соціальні мережі.

Інтерактивність як маркетингова технологія дає змогу медіа формувати зворотний зв'язок із читачем через такі форми, як коментарі, онлайн-опитування, тестування, конкурси, рейтингування матеріалів медіа тощо. Яскравою ілюстрацією інтерактивного медіасередовища є відеохостинг YouTube. Кожен користувач цього сервісу має змогу започаткувати власний відеоканал на будь-яку тематику, який не залежить від жорсткої ефірної сітки і, відповідно, вільний від тиску рекламодавців. Стрічку контенту на YouTube формує не авторитарний редактор, а пересічні учасники мережі, які виставляють відеоматеріалам рейтингові оцінки.

Е. Тоффлер у своїй праці «Нова парадигма влади» зазначає, що «інтерактивність новітніх медіа надає традиційному споживачеві медіапродуктів незліченні можливості вибору». Водночас із цим користувач онлайн-ових платформ перетворюється частково на редактора, а подекуди – навіть на творця нових медіапродуктів. Таким чином, у його особі поєднуються і споживач, і виробник, відбувається інтеграція різноманітних ролей та функцій, які досі існували роздільно [117].

Маркетингові технології через описані вище інструменти збирання особистих даних і переваг користувачів (читачів) дозволяють відстежувати ефективність різних контентних стратегій, рекламних кампаній та інших маркетингових заходів. На основі отриманих даних можна оптимізувати контент, дизайн сайту, рекламні кампанії для досягнення кращих результатів. Тобто програміст, який займається маркетинговим та технічним удосконаленням медіа, своєрідним чином конструює та

систематизує світ. Але, як зауважує Е. Парізер, конструюючи, він одночасно і спрощує його, усуваючи безліч нюансів, з яких і складається людське життя. «Програмісти не розуміють того, що вже давно зрозуміли містобудівники: те, як ви конструюєте простір – байдуже, реальний чи віртуальний, – визначає способи його використання та впливає на його мешканців. Для багатьох технічних фахівців, які працюють над створенням віртуального світу, головне – вирішення логічних завдань та розробка корисних функцій. Небажання замислюватися про етичний бік своїх дій вивищує «технодетермінізм» – редукціоністську теорію, яка розглядає інформацію та технології як існуючі поза контролем та потребами людини» [230].

Водночас маркетингова аналітика та подальша оптимізація медіакампаній є одним із важливих інструментів такої складової медіадіяльності, як монетизація, тобто перетворення контенту та аудиторії на прибуток. Найбільш поширеними стратегіями монетизації контенту є реклама у всьому її різноманітті, підписка (платний різного рівня ексклюзивності доступ до контенту), продаж додаткових товарів та послуг (мерч, інформаційні продукти та сервіси), партнерські програми.

У якості прикладу успішного застосування в медіа перерахованих вище маркетингових інструментів можна навести маркетингову стратегію відомого британського видання «The Economist» – впливового щотижневика, який публікується в Англії з 1843 року. Наразі тираж перевищує мільйон екземплярів. Через глобальну орієнтацію «The Economist» не вважається виключно британським виданням. Традиційно видання вважає себе газетою і не підписує публікації. Основні теми, що висвітлюються журналом, – політичні події, міжнародні відносини, фінансові, економічні й ділові новини, а також наука і культура. Редакція журналу дотримується позицій класичного лібералізму [256]. В Україні статті «The Economist» за ексклюзивною ліцензією публікує журнал «Український тиждень».

Маркетингова стратегія журналу базується на ідеї доступної елітарності. Слоган «Ідеальний буквар для тих, хто хоче справити враження розумної людини за столом» точно передає суть позиціонування видання і представляє дію

маркетингового інструменту персоналізації. Справжнім проривом у просуванні цього гасла стала маркетингова кампанія вуличних плакатів від журналу під назвою «White out of Red». Завдяки лаконічним, інтелектуальним слоганам та нестандартному дизайну плакатів, «The Economist» зумів створити навколо себе ореол ексклюзивності, не відштовхуючи при цьому потенційних читачів. Ця стратегія дозволила не лише збільшити тираж, але й зміцнити позиції «The Economist» як одного з найвпливовіших інтелектуальних видань у світі.

Уже декілька років в одному з листопадових випусків поточного року «*The Economist*» практикує обкладинку-ребус, яка стає прогнозом на поточний рік (*інтерактивність та аналітика*). Вона широко поширюється в соцмережах, стає приводом для обговорень і конспірологічних версій майбутнього соціального життя планети. Як зазначають фахівці, обкладинки «The Economist» давно стали своєрідним феноменом масової культури. Їхні символічні зображення обговорюються не тільки в колах експертів, але й у широких верствах суспільства в соціальних мережах. Традиція розгадувати «пророцтва» обкладинок стала своєрідним ритуалом для багатьох читачів, який дозволяє відчувати себе причетним до створення глобальних прогнозів (знову *персоналізація*). Це тільки один з ефектів медіамаркетингу, до якого вдаються видавці журналу, створюючи інтерактивний елемент, який залучає читачів до процесу розшифровки. Таким чином посилюється зв'язок між читачем та виданням, яке стає вже не просто джерелом інформації, а майданчиком для інтелектуальної розваги. Коли обкладинка з ребусом починає обговорюватися в соціальних мережах та в окремих національних виданнях, це створює глобальний інформаційний привід, який генерує додатковий інтерес до видання і його контенту, а самі читачі відчують себе частиною інтелектуальної спільноти.

Взагалі практика створення яскравих інфографік, складних та багаторівневих ребусів та іншого візуального контенту, що відображає тренди різної соціальної проблематики, демонструє не тільки експертність, але й сприяє запам'ятовуванню та впізнаваності видання.

Таким чином, щорічний ребус «The Economist» – це не просто головоломка, а комплексний маркетинговий інструмент, який дозволяє виданню зміцнювати свої позиції на ринку і підвищувати свою привабливість для аудиторії.

Актори в соціальних мережах часто вдаються до формування емоційно насичених зв'язків та ідентичності, використовуючи для цього *медіаманіпуляції* (наприклад, таргетовану рекламу та персоналізовані стрічки новин). Ця «м'яка сила» дозволяє впливати на переконання та поведінку ефективніше за примус. Потужність цього впливу настільки значна, що його іноді описують метафорою «магії». Хоча цей термін не має строгого соціально-філософського обґрунтування, у цій роботі ми спробуємо розібрати саму метафору та обґрунтувати, які саме фактори роблять мережі такими привабливими та впливовими. Окремі спостереження було раніше описано в публікації [262], присвяченій ефекту «соціального склеювання», який притаманний і соціальним мережам.

Соціальні мережі створюють *ілюзії близькості і доступності* не тільки через можливість у будь-який час з'єднатися зі знайомими в різних куточках Землі в реальному режимі часу, але й долучитися до обговорення проблем і тем, які раніше (до епохи соціальних мереж) вважалися експертними і не формували навколо себе багатомільйонних обговорень. Тепер же обговорення будь-якої експертної теми має як продуктивний результат дискусії спеціалістів та поінформованих осіб, так і результат у вигляді індивідуальної думки (опінії), і цей результат може бути масштабований набагато ширше, бо він: а) має доступні для широких мас людей (учасників соціальних мереж) формулювання, б) емоційно конотований, в) його необов'язково верифікувати, якщо особа, що висловила цю опінію, викликає довіру, г) поширюється за допомогою неформальних каналів комунікації (якими, власне, соціальні мережі і є). Поширюючись, така опінія (інформація), набуває ознак «контрзнання» – неверифікованої інформації, в яку уже почала вірити певна критична маса людей. У науковий обіг поняття «контрзнання» увів британський журналіст Д. Томпсон, і серед його різновидів він виділяв поточні події, плітки про

відомих людей, маніпулятивні екскурси в історію, зокрема заяви (опінії), яким бракує доказовості або яким протирічить їхня ж доказова база [258].

Проблема надання переваги «контрзнання» виникла не сьогодні. Ще в XV столітті на це своєрідно звернув увагу Себастьян Брант в «Кораблі дурнів», зло та влучно викриваючи пороки та глупоту своїх сучасників; в XV – Еразм Роттердамський в «Похвалі глупоті» дуже сильно акцентував увагу на небажанні людей думати. У XX столітті Айзек Азімов, говорячи про загрози, які несе демократії неучтво, проголошував, що основним гаслом його сучасника є: «Моє невігластво нічим не гірше, аніж Ваше знання». Сьогодні ж у зв'язку із більшою доступністю різноманітних інформаційних джерел невігластво і бажання людини задовольнятися простою та зрозумілою інформацією взагалі проникає у всі сфери життя і живиться хибними заявами про рівність знання та незнання (контрзнання).

Соціальні мережі створюють певні кластери осіб, які засвоїли приблизно однакові поведінкові зразки, і це створює відчуття правильності і безпеки. Соціальні мережі посилюють цей ефект, дозволяючи нам бачити, що ми не єдині, хто так думає або відчуває. Дуже показовим в цьому сенсі є праця сучасних нігерійських науковців О. Апуке та Б. Омар [133], присвячена моделюванню предикторів поширення фейкових новин щодо COVID-19. Вони називають цей предиктор (фактор, який змушує до дії) альтруїзмом і визначають його як акт поширення новин та інформації без очікування винагороди за такий акт. На їхню думку, люди, які займаються такою діяльністю (тобто поширюють у соціальних мережах фейкові новини про COVID-19), мотивуються емоційним впливом та значимістю, яку ці новини можуть справити на отримувача.

Соціальні мережі мають *високий рівень емоційної долученості* користувачів онлайн-платформ до поточних подій чи епізодів минулих періодів історії. Це особливо показово тому, що їх контент перевантажений інформацією, що викликає емоції страху, жахів та відрази. Цей висновок є одним з результатів дослідження авторів статті «Поширення правдивих та хибних новин в Інтернеті», що була

опублікована в «*Science*» у 2018 році [268]. Окрім того, що фейкова новина, як довели автори, має шанси на перепост в 20 разів вище, аніж та, яка є правдивою, найбільшу увагу користувачів привертає та інформація, яка викликає сильну негативну емоцію. Передавати швидше негативні новини – еволюційна людська здатність – яка допомогла людям виживати, убезпечуючись таким чином від різного роду небезпек.

Інформація, що передається через соціальні мережі, завдяки своїй таргетованості (релевантності для користувача) ліпше пояснює реальність та дозволяє «змінювати» її комфортним для людини чином. Обґрунтувати це твердження можна, на наш погляд, застосувавши фактор «когнітивної простоти/складності», виділений в теорії особистісних конструктів Дж. Келлі, яка в цілому полягає в поясненні того, як особистість інтерпретує і прогнозує свій життєвий досвід, передбачає (конструює) майбутні події, управляє пережитими подіями. Як встановлено багатьма дослідниками, зміст соціальних явищ і соціального світу в цілому неоднаково сприймається індивідами і залежить від рівня розвитку їхніх когнітивних здатностей [224] та соціальної перцепції [105]. Зокрема, чим більше особа має ідентифікацій з іншими людьми, ліпшу самооцінку та вище оцінює інших людей, тим рівень її когнітивної складності є меншим, тобто вона оцінює себе й інших людей переважно в позитивному ключі, ідентифікує себе з багатьма знайомими людьми і є малотривожною. Індивіди з високою когнітивною складністю сприймають себе й інших людей менш позитивно, мало ідентифікують себе зі своїм оточенням та є високотривожними [105, с.12]. Це означає, що для прийняття рішень їм потрібно більше факторів, і вони не схильні вірити широко поширюваній інформації (різновидом якої, безперечно, є чутки та вірусні комунікативні продукти соціальних мереж). Особи ж з меншою когнітивною здатністю (яких більшість в будь-яких комунікативних спільнотах) задовольняються простими та образними поясненнями і схильні ці пояснення інтерпретувати та

поширювати на своє середовище спілкування, долучаючись таким чином або до загальної занепокоєності, або передаючи загальний соціальний оптимізм.

Поширення загальної занепокоєності через канали неформальної комунікації цікаво демонструє дослідження канадської авторки А. Кітті «Вакцинації та суспільне занепокоєння в історії: легенди, чутки та сприйняття ризику (дослідження Routledge з історії науки, техніки та медицини)» (2011) [202]. За допомогою етнографічного, медіа- та наративного аналізу дослідниця вивчила пояснювальні моделі, які використовуються людьми під час прийняття рішень про те, чи варто робити щеплення. І визначила, що майже 48% тих, хто приймав те чи інше рішення щодо вакцинації, базувалися не на складних (але достовірних наукових поясненнях), а на особистому досвіді щеплень, неформальних чутках, особистих контактах з лікарем (як заміником експертної думки) тощо. Це дослідження, зокрема, акцентувало увагу на тому, що особисті страхи, занепокоєння та сумніви пацієнтів, які базуються на простих когнітивних поясненнях, слід враховувати в офіційному дискурсі щодо проблеми вакцинації, зокрема при створенні освітніх програм та рекламних матеріалів у сфері суспільного здоров'я.

Важливим фактором позитивного сприйняття і подальшого поширення неперифікованих суджень є *статус адресата повідомлення* (згадаймо Маклуенове «the media is message»). У цьому сенсі продукти соціальних мереж та інтернету часто відрізняються від таких видів контрзнання, як чутки чи плітки, саме наявністю джерела повідомлення, але якщо таке повідомлення співпадає з уявленнями реципієнтів про хід подій, про бажаність настання події або просто справляє на них заспокійливий вплив, то люди схильні поширювати таке твердження на коло своїх однодумців та додавати при цьому власні інтерпретації. Таким чином забезпечується ефект «*соціального склеювання*» та *порозуміння* в спільноті. А високий статус автора вихідного повідомлення сприймається як достатньо обґрунтована і варта довіри думка. До того ж особа, яка безпосередньо поширює інформацію, знімає таким чином із себе відповідальність за поширення неправдивої інформації.

Таким чином, при розгляді основних принципів мережевої влади, які базуються на медіаманіпуляціях, маркетингових технологіях та «магії» соціальних мереж, можна побачити, що соціальна влада змістилася від контролю над ресурсами до контролю над інформацією та увагою, ставши більш гнучкою, швидкою та всепроникною.

Зафіксовано дві здатності медіаманіпуляції, які дозволяють їх формувати/змінювати людську поведінку чи переконання. Перша – це здатність через певний спосіб подання інформації створювати соціальний міф і тим самим впливати на загальне уявлення соціальної групи про актуальну подію чи процес. Це подання закріплюється в різних жанрах традиційних та нових медіа – від газетного повідомлення до художнього фільму – і, змішуючи раціональний та емоційний компоненти свідомості людини, формує у неї відповідне знання-переконання, яке вже не відповідає реальній події, а є певним уявленням про неї – симулякром (термін Ж. Бодріяра). Друга здатність – це створення різних варіантів маніпулювання смислом повідомлення через збільшення кількості інформації – імплізія. Цю здатність, ґрунтуючись на тезі М. Маклуена про те, що засіб масової інформації сам є повідомленням, так само довів Ж. Бодріяр, показавши, що кількісне збільшення інформації дає такі варіанти маніпулювання смислом, як його надмірність, що заважає людині сформувати цілісну картину про подію і про світ в цілому; винесення за рамки процесу людського сприйняття, що змушує людину не поєднувати між собою смисл і процес; руйнування або нейтралізація смислу і значення, що приводить до втрати людиною віри в саму здатність адекватного відтворення будь-якого процесу завдяки комунікації. У контексті тез Ж. Бодріяра про маніпулювання смислом, нами розглянуто новітні кейси, у яких маніпулятивні можливості медіа ще більш відточені завдяки застосуванню комп'ютерних технологій та штучного інтелекту. Це інформаційний шум, ехокамери, маніпуляція даними, «клікбейт», дипфейк, розвінчування та руйнація початкового смислу.

Підтримувати свою життєдіяльність, відтворюватися, здійснювати соціальний контроль та рухати соціальні зміни (тобто виконувати всі функції соціального

інституту) медіа допомагають маркетингові технології – персоналізація, інтерактивність, вимірювання ефективності та монетизація – завдяки яким відбуваються основні операції з медійним контентом, щоб він мав вплив на формування суспільної думки та індивідуальної соціальної позиції людей. Так, *персоналізація* дає можливість створювати для кожного користувача індивідуальний інформаційний простір, підбираючи відповідний його інтересам та попереднім запитам контент та створюючи інформаційний комфорт, коли користувач оточений лише тими думками та поглядами, які підтверджують його власні. Так само персоналізація сприяє утворенню комфортних комунікаційних зв'язків – підсилює ехокамери, часто радикалізуючи тим самим погляди людей та ускладнюючи діалог між різними соціальними групами. *Інтерактивні* формати контенту (коментарі, лайки, шері), активізуючи споживачів контенту, можуть як сприяти формуванню зваженої думки, нових соціальних норм та ідентичностей (як було показано у п.2.1 цього дослідження), так і посилювати поляризацію суспільства та збільшувати швидкість поширення фейкових новин. *Вимірювання ефективності* дозволяє медіа оптимізувати свій контент, пристосовувати його під потреби споживача, одночасно зменшуючи рівень його критичного мислення та, відповідно збільшуючи можливості для маніпуляцій його рішеннями і поведінкою. Збільшувати кількість споживачів контенту медіа допомагає такий інструмент, як *монетизація*. Він відповідає комерційним інтересам медіа, а не суспільним запитам, і такий конфлікт інтересів обумовлює прагнення медіа подавати інформацію більш суб'єктивно, а для споживача інформації обмежує свободу вибору.

Сучасна неформальна комунікація, яку метафорично можна охарактеризувати як «м'яку силу», так само поповнилась в останнє десятиліття потужними засобами маніпулювання індивідуальними та суспільними інтересами завдяки розвитку комп'ютерних та інтернет-технологій. Ми показали, що усі продукти неформальної комунікації мають властивість «соціального клею» через їх налаштованість на емоційне залучення, доброзичливість, потенцію горизонтальних зв'язків, актуальність та хайповість. Разом із тим відзначимо, що такі неформальні

інформаційні мережі містять неверифіковані судження та умовиводи, і з цієї точки зору їх можна визначити як контрзнання, що протистоїть знанню істинному, доведеному та перевіреному.

Показано, що інформація переходить в контрзнання, коли в неї починає вірити критична маса людей, і це особливо збільшується в часи соціальних криз і катастроф через те, що люди, їх переживаючи, часто втрачають контроль, занурюються в стан соціальної депривації та потребують постійного спілкування з однодумцями або особами, що перебувають у подібних до їхніх обставинах. Таким чином спільнота згуртовується (соціально склеюється) на ґрунті спільного подолання проблем, а відповідні інформаційні продукти та швидкий обмін ними за допомогою інтернет-зв'язку сприяють цьому.

Сам зміст інформаційного контенту для неформальної комунікації через соціальні мережі та інтернет дозволяє людям ліпше пояснювати реальність та «змінювати» її на більш комфортну для себе. Цьому сприяють такі фактори, як «когнітивна простота» неформального інформаційного контенту, його міфотворчий компонент та високий статус адресата повідомлення. Останні два фактори дозволяють комунікантам у процесі спілкування або сприйняття повідомлення вибудовувати певну візію щодо предмету чи події і водночас не нести персональної відповідальності за цю оцінку.

2.3 «Інформаційний голод» та криза ідентичності сучасної людини

Описані в попередніх розділах здобутки і проблеми людства, які виникають у результаті трансформаційної дії інформаційних та інформаційно-комп'ютерних технологій призводить до ситуації, коли інформаційний світ виходить з-під контролю людини, набуває нових форм і вже не людина вирішує, що робити з інформацією, а навпаки – інформація починає управляти людиною. Про це, зокрема, пише Н. Воронова, зазначаючи, що поряд з умовами для самоактуалізації особистості, інформація у величезних кількостях зумовлює зниження пошуку і

прагнення людини до свідомої ідентичності, що виражається в хибній ідеї свободи від суспільства і веде до інформаційно-технологічної самотності та самоізоляції людини [21]. Про деструкцію особистості під впливом інформаційних технологій та трансформацій способів здобуття знань пише С. Пролєєв [95]. Він розглядає людину в контексті трьох конститутивних чинників обґрунтування та виробництва знання в сучасному світі – культурної пам'яті, креативності та автономії особистості як режиму «існування-у-світі» і висновує, що прискорені темпи інформаційних змін сучасного світу призводять до девальвації культурної спадщини та втрати орієнтирів. Криза універсальних цінностей та ідеалів супроводжується фрагментацією знання та розмиванням меж між реальністю і віртуальним світом. У таких умовах потужним інструментом маніпуляції свідомістю стає риторика, а особистість перетворюється на продукт інформаційного суспільства, ідентичність якої формується через споживання інформації та участь у соціальних мережах [95].

Як зазначають Л. Кобелева та Н. Ніколаєнко, аксіоматичною установкою гуманістичної парадигми є ідея, що для формування особистості, її суб'єктності та співвіднесеності з певними ціннісними настановами людина зростає в певному соціокультурному середовищі. Якщо ще сто років тому ця ідея не підлягала сумніву через те, що переважна більшість людей мала цілісну і відносно стійку «особистісність», волю, точку зору та бачила шляхи її реалізації, то зараз ситуація змінюється кардинальним чином [203]. Незважаючи на доступ до невичерпних інформаційних ресурсів, сучасна людина відчуває труднощі з їх осмисленням та систематизацією. Відсутність чітких орієнтирів ускладнює формування сталої ідентичності. Протиріччя між фізичним та віртуальним існуванням людини посилюється: необмежені можливості віртуального світу контрастують з обмеженістю реальності.

Отже, з одного боку, визнаючи межі своїх когнітивних можливостей, людина постійно винаходить нові і нові стратегії обробки даних, що проявляється в спрощенні моделей, узагальненні інформації, створенні нових категорій і концепцій.

З іншого – постійно придумує такі «розширення себе» (наприклад, штучний інтелект), що для отримання нових наукових результатів вже не потрібні теоретичні моделі: закономірності та кореляції все легше виявляються за допомогою машин, здатних швидко аналізувати трильйони бітів даних [230].

Якщо зазначені вище автори розглядали розпач і кризу людини, втрату її ідентичності в умовах інформаційного перевантаження, фіксуючи зовнішні її прояви в індивідуальній поведінці, культурі та соціальних інститутах, то важливо, на нашу думку, осмислити ці прояви кризи також у контексті психофізіологічних реакцій людини на взаємодію з інформацією як такою.

Наслідком напруженої роботи людського мозку, спрямованого на всебічне засвоєння високих технічних досягнень цивілізації та величезних обсягів доступної інформації, є не тільки вибудовування людиною теоретичних моделей, за якими відбувається засвоєння того чи іншого виду знання, але й різноманітні емоційно-фізіологічні реакції організму на інформаційне перевантаження. Одну з таких реакцій фізіологи та психологи визначають, як «інформаційний голод» людини.

Розглядаючи людину та її здоров'я як інформаційно-залежну систему, американські дослідники Ф. Блум, А. Лайзерсон та Л. Хофстедер детермінують цю залежність структурою емоцій. Емоції, на їх думку, є динамічними процесами, що відбуваються в спеціалізованих структурах мозку. Вони засновані на накопиченому досвіді та уяві, дозволяючи індивіду суб'єктивно оцінювати поточні та майбутні події. Також вони є потужним мотиватором, що спонукає людину до певних поведінкових реакцій. При цьому процес формування емоційної відповіді включає декодування інформації, зіставлення її з наявним досвідом і прийняття рішення про найбільш адекватну поведінку [147]. Проте не завжди декодування інформації дозволяє отримати готову модель поведінки, що вимагає від людини прийняття самостійного рішення. Неотримання готової моделі викликає негативну емоцію, змушує людину шукати ще більше інформації і розкодовувати її до тих пір, доки вона не знайде ту, що допоможе їй прийняти рішення і сформувати подальшу

стратегію поведінки. Тож, якщо інформація, що надходить, не відповідає очікуванням індивіда або не може бути відразу оброблена, виникає відчуття *інформаційного голоду*. Цей стан супроводжується негативними емоціями та зниженням ефективності діяльності.

Відомий португальський нейробіолог А. Дамасіо для більшого розуміння механізму емоцій в умовах інформаційного голоду пропонує розглядати дві форми перебігу психічної діяльності людини – свідому та підсвідому [161].

На рівні *свідомості* при необхідності перейти від пасивного сприйняття інформації до активних дій мозок мобілізує певну групу високоспеціалізованих нейронів. Ці нейрони, працюючи синхронно, забезпечують швидку обробку інформації та формування програми дій. Процес активації цих нейронів ініціюється біологічно активними речовинами, які, подібно до детекторів, розпізнають специфічні сигнали. Командні нейрони у свою чергу координують діяльність цих детекторів та приймають остаточне рішення на основі отриманої інформації. Цей процес є емоційно позитивним, якщо в структури людської пам'яті вже закладено певні поведінкові патерни, а за їх формування відповідає *підсвідома* форма психічної діяльності. Інакше кажучи, підсвідомість функціонує як довгострокове сховище інформації, де знання та досвід систематизуються та зберігаються протягом усього життя. Завдяки цій здатності людина може швидко отримувати необхідну інформацію та приймати рішення на основі накопиченого досвіду, не витрачаючи значних когнітивних ресурсів. Чим більше інформації накопичується в підсвідомості, тим вищий рівень автоматизації багатьох дій та прийняття рішень. Це можна пояснити на такому прикладі: якщо людина тривалий час займається вирішенням одного завдання (приміром, займається науковим дослідженням), її когнітивні ресурси спрямовані на глибокий аналіз вже наявної в її мозку інформації. Це призводить до того, що вона може «відключатися» від зовнішніх стимулів і видаватися «неуважною». При різкій зміні діяльності, що вимагає постійного перемикавання уваги та обробки нових інформаційних даних, така людина може

зіткнутися з когнітивним навантаженням, що може виразитися в емоційних реакціях, включаючи дратівливість, тривогу і навіть нервовий зрив. Усі ці негативні емоційні реакції і є проявами інформаційного голоду.

Колосальні обсяги інформації, які доводиться обробляти сучасній людині (при тому, що вона може мати і недостатній досвід її обробки, детермінований, приміром, неякісною освітою), і короткі терміни для прийняття рішення (різноманіття сфер діяльності зумовлює включеність людини у велику кількість соціальних процесів та обмінів), і неготовність її мозку сприймати складні інформаційні чи риторичні побудови тощо, провокують емоційний стрес та включають емоційну напругу. Початковою відповіддю на зняття цієї напруги є бажання отримати ще більше інформації, яка могла би викликати позитивні реакції нашої підсвідомості, на кшталт того, як хвора людина ладна випивати гори ліків для одужання.

Таким чином, інформаційний голод – це стан, коли людина відчуває потребу в новій інформації, але не може її задовольнити через надлишок або нерелевантність інформації. Можна зазначити парадоксальний характер цього стану, адже доступ до величезних обсягів даних не приносить почуття задоволення та повноти знань. Причинами цього стану є різні прояви імплзії інформації (термін Ж. Бодрієра), про яку же згадувалося в п.2.2 цього дослідження. Нагадаємо, що Ж. Бодрієр описує сучасний світ як місце, де інформація вибухає зсередини, руйнуючи традиційні устої. Цей інформаційний вибух створює нову реальність – гіперреальність, де межі між правдою та вигадкою розмиваються. І в цьому світі ми постійно шукаємо сенс, який постійно змінюється і вислизає. Таким чином, пошук сенсу замінюється постійним пошуком інформації, який тільки посилює наше почуття невизначеності та неконтрольованості власного життя.

Втрату контролю над власним життям в результаті інформаційної імплзії та інформаційного голоду як її наслідку описали психологи Дж. Уйтсон та А. Галінські в роботі «Втрата контролю підсилює сприйняття примарних патернів» [271]. Вони провели серію експериментів, які полягали в тому, щоб викликати в людини стан

легкої травмованості (попередньо з учасниками експерименту спілкувався психолог з метою актуалізації учасниками їхніх дитячих травм), а потім поговорити з ними про сприйняття чуток, конспірологічної інформації та малюнків з довільним набором цифр або плям, які насправді не мали якогось певного змісту. Відтак спеціально травмовані люди в пропонованих експериментаторами малюнках бачили обличчя, у випадковому наборі цифр вони вбачали закономірності, а почуті ними конспірологічні чутки сприймали з більшим захопленням і висловлювали бажання їх поширювати. Такі ж бесіди експериментатори проводили і з людьми в контрольній групі, які не були попередньо травмовані. І результатом бесід з людьми в контрольній групі було дуже стримане сприйняття конспірологічної інформації та часте нерозуміння наданих рисунків або наборів цифр. Висновок експериментаторів: якщо у людини викликати відчуття травми, змусити втратити її внутрішній контроль, то вона буде більш довірлива до інформації, яка містить застереження про небезпеку.

І цей висновок підтверджує відкриті антропологами давні властивості людської психіки, яка спрямована на пошук небезпеки навколо себе [170]. Наведений експеримент, на нашу думку, відкриває ще одну якість людини епохи мереж: надмірне споживацтво або консюмеризм. Його слід розуміти як вид соціальної травми, що супроводжується емоційним напруженням і бажанням задовольнити «інформаційний голод» через розширене споживання нових продуктів і послуг [251].

Українська дослідниця Ю. Бродецька розглядає у своїй статті перетворення споживацтва із природнього процесу задоволення потреб та освоєння навколишнього середовища на тотальний руйнівний акт з реалізації конкретизованих бажань людини [11]. Вона зазначає, що з моменту певного рівня суспільної раціоналізації, людина прагне затвердити свою перетворювальну та домінуючу роль. І світ навколо неї поступово перетворюється на знаки та атрибути, які служать досягненню цієї мети. Знаки-речі є найбільш комфортними в цій

знаковій реальності людини: вони не протидіють їй, комфортні та можуть бути статусними та бажаними. Останнє надає їм ще більшої привабливості та створює передумови для перетворення на значущі об'єкти споживання. Відтоді, як зазначає авторка, відбувається розрив між реальним призначенням речей та їх придуманим значенням (престижу, влади, матеріального багатства тощо) [11].

Глобальна трансформація суспільства призводить до суттєвої трансформації характеру людських відносин. Повсюдне поширення споживчої культури формує новий тип міжособистісних взаємодій, заснований на прагматичному розрахунку та прагненні максимальної вигоди. Інструментальний підхід до інших людей, які розглядаються як засіб досягнення особистих цілей, стає нормою. Ця тенденція до «комерціалізації» відносин проникає у всі сфери суспільного життя, включаючи сім'ю та дружбу. Популярність шлюбних контрактів та фінансових домовленостей у відносинах яскраво ілюструє цей процес. Як зазначає Е. Фромм, у суспільстві «кожен служить товаром всім іншим» [180, р.184]. Свої міркування про людину в такому суспільстві Е. Фромм продовжує таким чином: сучасна людина, перетворившись на товар, оцінює своє життя виключно з погляду матеріального добробуту. Успіх у бізнесі та накопичення багатства стали для неї самоціллю, затьмаривши глибші людські потреби. Людина ілюзорно вважає, що матеріальні блага принесуть їй щастя і задоволення, але зрештою стикається з розчаруванням. Прагнучи заповнити внутрішню порожнечу, вона усе більше занурюється у світ споживання, забуваючи про справжні цінності – кохання, дружбу, творчість [180, р.134].

Короткочасне задоволення від придбання матеріальних благ, яке відчуває сучасний індивід, має таку ж саму природу, як і інформаційний голод. Як зазначає Ю. Бродецька, парадоксальним чином, багато матеріальних придбань замість очікуваного комфорту та задоволення призводять до появи нових тривог та розчарувань [11]. Тобто цивілізаційний конвеєр виробництва споживчих бажань не припиняє свою роботу ані на мить. Задовольнивши одне бажання, раціоналізоване

виробництво надає нові принади споживання: «Споживачі постійно прагнуть нових товарів. Їх тягне до новинок ринку. Не зважаючи на ступені їх корисності та потрібності, тому що споживача привчають отримувати від нового товару не знайомих до того відчуттів та переживань. Сам механізм суспільства споживання вибудовується на соціальному поділі. Дизайн, реклама, мода тощо демаркують тих, хто має (автомобіль, джинси, Sony та інші речі нового стилю), та тих, хто їх не має. Вони продукують бажання (в тому числі бажання проявити свою індивідуальність), нав'язуючи споживачу все більш нову продукцію... Люди потрапляють в залежність від товарів, відчувають себе ущербними, неповноцінними, якщо не мають їх» [220]. Ця цитата з книги відомого британського соціолога Стевена Майлза до сьогодні актуальна, тільки фокус з надмірного споживання речей змістився на надмірне споживання інформації та її продуктів. Що, на нашу думку, призводить людину до зачарування процесом споживання інформації і втрати здатності реально оцінювати її корисність та вартість.

Між надмірним споживанням товарів (споживчим голодом) та надмірним споживанням інформації існують певні відмінності, пов'язані з об'єктом споживання, наслідками і доступністю. І тотальна повсюдність інформації у вигляді ідей, даних, суджень, знань, її необмежена доступність справляють на саму людину і соціальні спільноти більш драматичний вплив, на нашу думку. Стрес, тривога, депресія як індивідуальні наслідки інформаційного голодування підсилюються такими негативними наслідками для соціуму, як соціальна поляризація та зниження довіри до соціальних інститутів.

Трактування соціальної поляризації в інформаційно-мережевому контексті зводиться до розуміння її як процесу поділу суспільства за ознакою незгоди з широкого спектру питань. Як стверджують дослідники з Інституту фізики при Університеті Гумбольдта та інших провідних наукових установ, цей процес супроводжується не лише розбіжністю думок, але й посиленням конфронтаційності між різними групами [142]. Паралельно з поляризацією зростає й розкол суспільства,

який характеризується загостренням суперечок навіть з приводу незначних питань. Комбінація цих двох явищ створює в суспільстві атмосферу напруженості та нетерпимості, що спостерігається в багатьох сферах життя, від політики до культури [104].

Аналіз сучасної соціальної поляризації вказує на наявність глибоких ідеологічних розколів, які посилюються механізмами мережевого середовища. Поширенню поляризованих поглядів та посиленню конфліктів між соціальними групами сприяють соціальні мережі, функціонуючи за принципом масштабування та інформаційних каскадів. Цей процес можна порівняти з епідемією, де швидкість поширення ідеї залежить від рівня її початкової популярності та емоційного заряду. Хоча поляризація суспільства – не нове явище, саме в наш час вона набула особливої гостроти, в момент переходу людства від індустріальної до інформаційної ери. Якщо раніше люди об'єднувалися для розв'язання матеріальних проблем, то зараз основним полем боротьби є сфера ідей та інформації. Отже, можна сказати, що зростанню поляризації сприяють особливості цифрового середовища, як-от анонімність, швидкість поширення інформації та алгоритми, які підсилюють ехокамери.

Навички поляризації, отримані в інфопросторі, люди часто переносять до життя реального. Наприклад, поляризують суспільство всі важливі виборчі кампанії. Залучаючи до виборчих процесів соціальні мережі, політики формують у соціальних мережах пул своїх прихильників, які, вступаючи в дебати один з одним в процесі захисту позиції свого кандидата, використовують фейки та дипфейки, маніпуляції, образи тощо. Ці мережеві конфлікти можуть мати вихід і в особистісних комунікаціях – від словесних перепалок до фізичних сутичок.

Водночас медіа можуть каналізувати соціальну поляризацію, поглибивши її і формуючи вже певне ідеологічне протистояння, яке посилює суспільний розкол і формує недовіру як до самих медіа, так і до інших соціальних інститутів. У зв'язку із цим цікаво проаналізувати кейс висвітлення виборів Президента США українськими

медіа в листопаді 2024 року. Журналісти аналітичного порталу «Детектор медіа» зробили огляд телемарафонів [65] у ніч виборів, що проводилися на телеканалах в рамках інформаційного марафону «Єдині новини», та чотирьох каналах, що працюють поза марафоном (отже, є опозиційними щодо офіційного владного дискурсу). Опис перебігу висвітлення виборчих перегонів на «Єдиних новинах» журналісти назвали «Деокуляризація, відкладений апокаліпсис і тимчасовий параліч світового жандарма», натякаючи, очевидно, що висвітлення подій виборів на цій телеплатформі позбавляє глядача «рожевих окулярів» та ілюзій, спростовує стереотипні уявлення про предмет висвітлення, подає глибокий аналіз ситуації, розкриває приховані сенси та мотиви, що стоять за політичними рішеннями. Цьому сприяють і тематичні блоки, які грамотно відзначені журналістами огляду. Вони присвячені висвітленню загальної атмосфери в країні, очікувань експертів (підготовка до виборів), прямих включень кореспондентів з першими результатами підрахунку голосів та екзитополів (хід виборів), реакціям експертів щодо можливих наслідків для України в результаті перемоги того чи іншого кандидата (аналіз результатів), а також розкриттю фейків, пропаганди та втручань інших країн (зокрема росії) (політичні інтриги та маніпуляції). Метафора «відкладеного апокаліпсису» покликана заспокоїти читача, доносячи до його свідомості, що велика катастрофа не відбулася зараз, але відкладена на майбутнє. На підтвердження цієї тези автори огляду наводять свідчення політолога Тараса Загороднього, який у своєму виступі згадує про певні затримки у наданні допомоги, але не прогнозує глобальних катастроф або апокаліптичних сценаріїв. Або іншого політолога – Олександра Краєва, який фокусується на конкретній даті (20 грудня 2024 року) та важливості виборів до Конгресу. Він прогнозує певні політичні турбулентності, але не говорить про глобальні катастрофи. Так само ще один політолог Ігор Петренко прогнозує політичну нестабільність і тривалі судові процеси, але не пов'язує це з якимись глобальними катастрофами. «Тимчасовий параліч світового жандарма» – ще одна метафора, яка акцентує роль США в підтриманні міжнародного порядку, а

також те, що ця держава на певний час втрачає свою здатність ефективно виконувати вказану роль. Таким чином, поєднуючи усі ці вирази, відображені в заголовку, та підтверджуючи їх поданим контентом, загальну інтенцію авторів огляду щодо способу висвітлення американських виборів в «Єдиному телемарафоні» можна трактувати як: *побоювання щодо майбутнього через фіксацію кризи американського лідерства, яка може призвести до глобальних потрясінь, хоч і відкладених у часі, але неминучих.*

Заголовки про ці самі новини від альтернативних телеканалів називаються: «5 канал: сім годин по comments і «поминальна реакція» українців», «Перший: численні гості, ввімкнення та стримані оцінки», «Прямий»: дрова, бюджет і непередбачуваний Трамп», «Еспreso»: непереможний хаос, Портніков і подвійний марафон». Три з цих чотирьох заголовків (окрім «Перший...») своїми першими ключовими словами вказують на неформальний, об'єктивний, розкутий і навіть «хайповий» спосіб подачі матеріалу. І у цих самих заголовках інші ключові слова об'єднуються негативними емоціями песимізму, непередбачуваності та непереможного хаосу.

Загальний аналіз перебігу новин цієї доби на 5 каналі свідчить, що застосований цією редакцією прийом поєднання новин про війну в Україні та виборів у США *створив певне відчуття хаосу і дезорієнтації глядачів* (приміром, в одному сюжеті йшлося про перші боєзіткнення українців з північнокорейськими військовими на Курщині, «стурбованість» G7 із цього приводу, інформацію про перебіг виборів і нарізку цитат Дональда Трампа та Камали Гарріс), сюжет про проект «капітуляції» України дав підстави думати про *маніпулювання громадською думкою*, а суб'єктивні оцінки окремих коментаторів (наприклад, І. Петренка про «зменшення присутності США у Європі», або Г. Філдса про «можливі протистояння між прихильниками Трампа та демократів») *підривали довіру до інформації*.

Ефір Суспільного, виходячи з огляду, який ми аналізуємо, можна охарактеризувати, як надмірно експертний та різноманітний щодо політичних поглядів. Експерти обговорювали, як зміна адміністрації США може вплинути на

підтримку України, високу поляризацію в американському суспільстві та її вплив на результати виборів, використання соціальних мереж для маніпуляції виборцями, роль інших країн у виборах в США. Можна сказати, що цей ефір чимось нагадував той, який проводив Єдиний телемарафон, але програвав йому в тому, що не містив «хайпової» інформації і тому виглядав більш «нудним» та правильним, через що не привернув уваги глядачів, які звикли до легшого контенту і різноманітніших способів його подачі.

Тут треба зробити деякий теоретичний відступ щодо «хайп-технологій», що застосовуються для підвищення залученості та зацікавленості аудиторії в певних об'єктах чи процесах. Відомий американський фахівець з нових медіа та цифрової культури D. Rushkoff відзначає, що характерною рисою хайп-технологій є також короткочасність ефекту, а їх основна функція – створення інформаційного приводу для обговорення, що є незначним в змістовому відношенні, але змінює сприйняття локальних та глобальних подій [244]. У суспільстві мереж ця технологія використовується тим чи іншим чином при створенні будь-якого цифрового контенту, в результаті чого він має переваги перед традиційним контентом. І, очевидно, саме фактори залученості та індивідуалізації контенту, характерні для цієї технології, є тією «швидкою їжею», що спрямована на втамування інформаційного голоду людини.

Вигадлива характеристика, надана авторами огляду ефіру телеканалу «Прямий» (дрова, бюджет і непередбачуваний Трамп), вказує на несфокусованість уваги ведучих на центральній темі висвітлення. Попри часті прямі включення з США з метою передати глядачам атмосферу виборів, в експертних розмовах учасників ефіру допускалися досить часті відхилення від цієї теми, відчувалася, на думку оглядачів, неготовність експертів до детального обговорення тематики (так, у програмі М. Ганнопольського експерти охоче піддавалися на провокації ведучого, обговорюючи замість теми виборів питання української влади, яка «скорочує видатки та не хоче дбати про українську культуру», або ж відносини Москви і Пхеньяна), деякі запропоновані дискусії були надто емоційними (приміром, у

програмі «Єдина політика» дискусію про вибори емоційно перебила хайпова тема зберігання дров без документів), що не сприяло глибокому аналізу ситуації.

Нарешті, ефір телеканалу «Еспreso» намагався передати атмосферу знервованості, невизначеності та хаосу, яка царювала в США у день виборів. Це йому вдалося завдяки охопленню дуже широкого спектру тем – від високої поляризації в американському суспільстві до впливу інших країн на вибори в США. Нову ідею, яка широко не обговорювалась на інших каналах, висловив відомий експерт та журналіст В. Портников. Нагадавши, що і перша перемога Трампа сталася завдяки популістичним заявам, він провів паралель з українськими виборами 2019 року, заявивши, що і нинішній український Президент отримав посаду теж завдяки популізму і зокрема обіцянкам завершити війну. Окрім того, він звинуватив українців у непослідовності через те, що вони зараз не сприймають заяви Трампа про його можливості вплинути на завершення війни: «...Тобто переважна більшість українців, які проголосували за мир, за необхідність домовлятися з Путіним, за пошук компромісів із Росією, чомусь не хочуть, щоб за це голосували американці» [65], – провів паралель В. Портников. Ще одним промовистим меседжем ефіру «Еспreso» став виступ професора політології університету Бейлор (Вако, Техас) Сергія Куделі, який розповів про те, що зовнішня політика США, згідно з різними соціопитуваннями, турбує лише 10–15% американських виборців. Тому кандидати в президенти під час передвиборчої кампанії намагалися зосереджувати увагу насамперед на питаннях внутрішньої політики країни. Однак, на його думку, слова й риторика кандидатів у президенти можуть не збігатися з їхньою політикою після того, як вони перемагають на виборах і очолюють країну.

Таким чином, аналіз ефірів провідних вітчизняних телеканалів у день виборів Президента США показав, що в цих ефірах наявні всі фактори, які сприяють соціальній поляризації та втраті довіри глядача до медіа як соціального інституту: 1) Тема виборів висвітлювалась відповідно до ідеології каналів, а на каналах, що не входять в «Єдиний марафон», підбір тем, експертів та ведучих відповідав інтересам власників каналу і був

спрямований більше на критику офіційної влади та формування відповідного до неї ставлення. Усі канали (окрім, можливо, Першого...) фокусувалися на негативних чи «хайпових» новинах, аби створити уявлення про «хаос» і «все пропало», яке все одно настане, навіть якщо відкладене у часі. Складні політичні та соціальні питання усі канали подають спрощено та доступно, аби залучити аудиторію. 2) В основному кожен канал має свій пул експертів, які переходять з ефіра в ефір та аналізують будь-які соціальні процеси. Разом із тим спостерігається і залучення більшістю каналів одного й того самого експерта для демонстрації глядачеві наявності альтернативних точок зору (які все одно не протирічать політиці телеканалу). На деяких каналах конфронтаційний стиль спілкування, до якого вдавалися експерти (як-то було на «Прямому»), може відштовхувати аудиторію і підсилювати відчуття невизначеності та роз'єднаності. 3) Усі канали використовують емоційно забарвлені слова і образи, які можуть впливати на емоційний стан глядачів і навіть занурювати їх в стан соціальної депривації.

Таким чином, осмислення кризи людини в контексті її психофізіологічних реакцій на взаємодію з інформацією виводить нас на поняття «інформаційний голод», який, на відміну від фахівців, що пов'язані з поширенням інформації (журналістів, менеджерів, маркетологів, комунікаторів), ми розуміємо як перманентну потребу людини в новій інформації, яка не може бути задоволена через збільшення кількості інформації. Так само розуміють інформаційний голод фахівці, які працюють з наслідками такої залежності – медики, біологи, психологи та філософи.

Як доводять нейробіологи та фізіологи, інформаційна залежність людини проявляється передусім емоційно. Якщо декодована інформація (а цей процес відбувається постійно в мозку людини) не дозволяє людині швидко сформувати готову модель поведінки, людину охоплює негативна емоція, що змушує її шукати ще більше інформації і розкодовувати її до тих пір, доки не знайдеться та, що допоможе їй прийняти рішення. Ще більше цей процес стає зрозумілим, коли емоційну напругу від постійного пошуку інформації порівняти з емоційною напругою, яку відчуває людина, шукаючи справжній сенс навколишніх подій (або

намагаючись відрізнити реальність від її симулякру). Отже, пошук сенсу змінюється постійним пошуком інформації, який тільки посилює наше почуття невизначеності та неконтрольованості власного життя. Таким чином, цей сучасний пошук «інформації-сенсу» можна представити як варіацію пошуку будь-якою живою істотою небезпеки навколо себе, яка має прадавнє коріння.

Намаганням задовольнити свій інформаційний голод можна пояснити таку якість людини епохи мереж як надмірне споживання – і не тільки товарів та послуг (це, як показують дослідники, розвиває та унормовує в суспільстві мереж інструментальний підхід до інших людей, які розглядаються як засіб досягнення особистих цілей), а й інформації. Надмірне інформаційне споживання має для людини і соціальних спільнот більш драматичні наслідки. Наприклад такі, як соціальна поляризація та зниження довіри до соціальних інститутів. Зростанню поляризації сприяють особливості цифрового середовища – анонімність, швидкість поширення інформації та алгоритми, підсилювані ехокамерами.

Навички поляризації, отримані в інфопросторі, люди часто переносять до життя реального. Наприклад, поляризують суспільство всі важливі виборчі кампанії. Під час їх проведення соціальна поляризація каналізується за допомогою інститутів, що займаються виробництвом інформації та смислів, суспільний розкол ще більше поглиблюється і формує загальну недовіру до соціальних інститутів. Ми це спробували показати, проаналізувавши кейс висвітлення виборів Президента США українськими медіа в листопаді 2024 року. Результати аналізу виявили тенденцію до посилення соціальної поляризації та втрати довіри до медіа. Висвітлення подій було, швидше, спробою маніпулювати громадською думкою, ніж об'єктивно інформувати. Кожен канал, дотримуючись власної ідеології, формував у глядачів певні стереотипи, підсилюючи розкол у суспільстві. Емоційно забарвлені висловлювання, спрощені аналізи та однобічні інтерпретації подій сприяли створенню атмосфери страху та невизначеності.

Висновки до розділу 2

Показано прискорюючу роль інформації та інформаційних технологій у змінах сучасного суспільства. Інформація проникає в усі сфери нашого життя, трансформуючи традиційні соціальні інститути та породжуючи нові форми взаємодії. Так, роль сім'ї під впливом інформаційних технологій, зокрема інтернету, змінюється із соціально-економічного осередку на осередок емоційної підтримки, і це сприяє виникненню нових форм сімейних відносин, приміром таких, як «свідома бездітність» чи плюралістичний підхід до розуміння сім'ї. Інформаційні технології трансформують також традиційні ритуали, створюючи нові форми віртуальних обрядів та спільнот, зазнає перетворень освітній процес, стаючи більш інтерактивним та доступним. Окрім того, нові технології змінюють роль вчителя та учня, сприяють розвитку самостійного навчання та формують нові освітні парадигми, як-от конективізм.

В епоху мереж розширюються можливості для релігійного спілкування, дозволяючи вірянам з різних куточків світу об'єднуватися в онлайн-спільноти. Це сприяє зростанню індивідуального релігійного досвіду та виникненню нових релігійних рухів. Також під впливом інформаційних технологій змінюється політичний ландшафт. Соціальні мережі стали потужним інструментом для мобілізації громадян, формування громадської думки та участі в політичному процесі. Цифрові технології створюють нові можливості для економіки та бізнесу, змінюють форми праці та зайнятості, а також сприяють виникненню нових економічних моделей.

Окрім можливостей, які інформація та її технологічне освоєння відкривають для сучасних соціальних інститутів, вона створює також багато викликів, які деструктивно впливають на формування суспільної думки та індивідуальних цінностей, провокує зміщення акцентів соціальних спільнот та особистості. При цьому при надмірній кількості інформації і масштабному інформаційному просторі деструктивних перетворень зазнає як сама інформація (ми її розглянули на прикладі

інформаційної імплузії, яку описав Ж. Бодріяр), так і людина як її споживач, що відчуває стан інформаційного голоду та кризи ідентичності.

Ж. Бодріяр та інші дослідники показали, як медіа, використовуючи різні маніпуляційні та маркетингові прийоми, формують наше сприйняття реальності. Створення соціальних міфів, інформаційна перевантаженість, персоналізація контенту, інтерактивні формати, вимірювання ефективності та монетизація – це лише деякі з інструментів, які дозволяють медіа маніпулювати аудиторією. Особливо ефективними виявилися такі сучасні технології, як штучний інтелект, які дозволяють створювати дипфейки, поширювати фейкові новини та маніпулювати даними. Неформальна комунікація в соціальних мережах також відіграє важливу роль, оскільки вона дозволяє швидко поширювати емоційно забарвлену інформацію, яка часто не піддається перевірці.

Постійний пошук нової інформації, або «інформаційний голод» є характерною рисою сучасної людини. Ця потреба викликана як психологічними факторами (пошук сенсу, порівняння себе з іншими), так і фізіологічними (перевантаження мозку, формування звичок). Інформаційний голод можна розглядати як сучасну інтерпретацію первісного інстинкту самозбереження, який спонукав наших предків шукати небезпеку. Однак на відміну від наших предків, ми шукаємо не конкретну загрозу, а абстрактний сенс у потоці інформації, що часто призводить до почуття тривоги та невизначеності.

Надмірне споживання інформації, сприяючи розвитку інструментального підходу до людей, посилює соціальну поляризацію та підриває довіру до соціальних інститутів. Алгоритми соціальних мереж, анонімність інтернету та маніпуляції медіа створюють умови для формування «ехокамер» і радикалізації суспільства. Особливо гостро ця проблема проявляється під час виборчих кампаній, коли медіа активно використовують різні маніпулятивні прийоми для досягнення своїх цілей.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТАХ, ДОТИЧНИХ ДО ТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

3.1. Освітньо-науковий континуум як соціальний інститут формалізації інформаційного простору мережевого суспільства

Як було показано в попередніх розділах цього дослідження, соціальний інститут – це в певному сенсі спосіб соціуму «набути безсмертя», тобто це повторюване утворення, яке має зберігатися, коли змінюються самі люди. Інститути відрізняються тяглістю та континуальністю, а тому є більшими, аніж окреме життя людської особистості, і в цьому сенсі вони як позитивно, так і негативно можуть впливати на окреме людське життя, формуючи як гуманітарні так і антигуманні цінності та настанови окремої особистості. Так, свобода як право кожної людини на самовираження, вибір і розвиток формувалась і обстоювалась протягом всієї історії людства, і це є прикладом гуманітарної цінності, що сприяє розвитку і дає можливість кожній особистості реалізувати свій потенціал. А, скажімо, така цінність як дискримінація, що попирає людську гідність та права, є прикладом антигуманного пулу цінностей і до сьогодні дуже широко передається в рамках соціальних інститутів через виховання або соціалізацію.

Ядро соціального інституту – інформація, і саме способи створення та поширення цієї інформації для формування певних переконань, патернів та цінностей особистості ми розглядали також в попередніх розділах, спираючись на роботи відомих дослідників та фахівців. Попри те, що інформація сама по собі є нейтральною, певне її подання, розстановка акцентів, відсилка до джерел може сформувати той чи інший тип цінностей та переваг особистості. Приміром, якщо при вивченні подій Другої світової війни в середній школі, учитель акцентує на жахах війни, на значенні толерантності та миру, то учні можуть сформувати негативне ставлення до насильства та повагу до інших культур. Якщо ж акцент викладач

робить на героїчних вчинках і національній гордості, то це може сформувати більш патріотичні почуття, але й одночасно посилити стереотипи щодо інших народів.

Далі спробуємо розглянути можливості тих соціальних інститутів, які відіграють ключову роль у **формалізації інформаційного простору**, тобто його структуруванні, верифікації (критичному осмисленні), універсалізації на підставі загальної бази знань та аксіологізації. На нашу думку, найочевидніше такий розгляд вести на прикладі освіти та науки, які, формуючи знання, навички та алгоритми, необхідні для орієнтації людини в інформаційному та мережевому просторі, формалізують сучасний життєвий простір шляхом *нормативного закріплення* (в законах, положеннях, концепціях, програмах, стандартах), *професійного визнання* (що проявляється в підготовці відповідних фахівців, підвищенні їх кваліфікації та створенні системи професійної кар'єри та заохочення), *наукового обґрунтування* (через наукові дослідження та систему наукової комунікації), *громадського визнання* (через громадські обговорення та медіакомунікації).

Особливістю **інституту освіти** в мережевому суспільстві є його конкурентність з іншими джерелами отримання інформації. Понад сто років тому, відтоді, як освіта стала масовою практикою і отримала статус соціального інституту, вона мала монополію на верифіковану інформацію, а відтак була офіційним фундатором базових знань. Сьогодні ж, як показує в своєму дослідженні В. Зінченко, інституційна природа освіти розкривається на якісно іншому рівні завдяки глобальному впровадженню в освітні практики інформаційних та комп'ютерних технологій, формуванню нових вимог до компетентностей спеціаліста та формуванню нових освітніх імперативів самого мережевого суспільства [46].

Якщо говорити про поведінкові моделі освіти або ті «правила гри в суспільстві» (Д. Норт), які ці моделі формують, то в першу чергу слід звернути увагу на технологічну складову, без якої немислиме суспільне життя в цілому та немислимі будь-які навчальні практики. Освіта в цьому сенсі є найбільшим маркером мережевого життя людини, оскільки саме з нею передусім асоціюють

технології дистанційної комунікації (**дистанційне навчання**). Zoom, Google Meet, Prometheus, EdEra (дві останні – українські розробки) та інші додатки для освіти вибудовують, як зауважує українська дослідниця М. Чікарькова, нову парадигму взаємовідносин учасників освітнього процесу, а отже, і нові суб'єкт-об'єктні та суб'єкт-суб'єктні зв'язки [123]. Дослідниця вказує на багатовимірність онлайн-формату навчальної роботи, що спричиняє необхідність формування нової цифрової етики, нових навчально-методичних ресурсів та освітніх траєкторій. Глобально вперше це проявилось у період пандемії, коли люди стали «заручниками онлайну». І саме тоді почали формуватися якісно нові відносини в самій мережі освіти, базовані на імплементації в практики дистанційного навчання буберівського типу взаємовідносин «Я-Ти» [136], нових типів причинно-наслідкових відображень [183], практик діалогу в дистанційному навчанні [225] тощо.

Ще більше необхідність посилення та удосконалення практик дистанційного навчання відчулася в нашій країні від початку російської агресії. Поширення і масове використання цих практик в закладах базової і вищої освіти стало «стратегічною відповіддю на виклики російсько-української війни» [42]. Авторки однойменного дослідження оцінили ефективність та можливості дистанційного навчання за трьома напрямками на підставі п'яти параметричних ознак, як-от готовність освітніх закладів до дистанційного навчання (апаратне, інформаційно-комунікаційне та програмне забезпечення, віртуальне навчальне середовище, ставлення керівництва); готовність і здатність викладачів до дистанційного навчання (технічна, педагогічна, методична, комунікативна і психологічна компетентність); готовність і здатність здобувачів освіти до дистанційного навчання (технічна, організаційна, навчальна, комунікативна і мотиваційна компетентність) [42]. Дослідниці виявили підстави вважати масову дистанційну українську освіту якісною заміною традиційному навчанню і відзначили, що усі три агенти інституційних освітніх змін продовжують виявляти готовність до максимального використання можливостей дистанційного навчання.

Сама сутність мережі передбачає розвиток горизонтально орієнтованих зв'язків для всіх учасників мережевої взаємодії. Освіта так само активно розширюється в цьому сенсі. Так, на *мікрорівні* змінюється модель традиційного навчального заняття: тепер уже не учитель (викладач) є головним джерелом знань, а учні – пасивними реципієнтами, тепер усі сторони навчального процесу беруть активну участь в його побудові. У п. 2.1 цієї роботи ми вже писали про концепцію конективізму Дж. Сіменса [248], яка, через залучення мережевих програмних додатків, урізноманітнює сам процес навчання та робить учнів суб'єктами цього процесу. Цей принцип рівноправної взаємодії вже інституціоналізовано у практиці дистанційних закладів, як-от українська школа «Оптіма», що надає повну загальну середню освіту у 100% асинхронному форматі, де учень самостійно будує траєкторію навчання. Рівноправну взаємодію учасників освітнього процесу передбачають також концепції кооперативного навчання [198; 249], проблемного навчання [154], інтерактивного навчання [101; 269] та інші, які активно та масштабно застосовуються в педагогічній практиці для створення більш рівноправного освітнього середовища, стимулювання розвитку таких навичок, як критичне мислення, креативність, співпраця, комунікація та в цілому підготовки учнів до життя в суспільстві, де співпраця і взаємодія є ключовими для вирішення складних проблем. Аби ця задача імплементувалася в інституціональну практику суспільства, держава як соціальний інститут має забезпечити правове та методичне підґрунтя для ефективного застосування продуктів цифрової трансформації в повсякденне життя людей і фундаментально – в освітній процес.

У нашій країні для цього створена в 2021 році та затверджена урядом відповідна концептуальна база у вигляді «Концепції розвитку цифрових компетентностей» [93], в якій під цифровою компетентністю пропонується розуміти динамічну комбінацію знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, інших особистих якостей у сфері інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, завдяки яким особа може успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або

подальшу навчальну діяльність із використанням таких технологій [93]. Концепція робить відсилку до базових нормативних документів України [90; 92; 93], на засадах яких держава планує готувати українське суспільство до процесів глобальної цифровізації економіки та інших сфер суспільної життєдіяльності, визначає проблеми, які, на думку експертів та авторів концепції, є ключовими для розвитку цифрових компетентностей громадян України, а також пропонує план заходів реалізації цієї Концепції, який, утім, був суттєво скорегований російсько-українською війною. Своєрідним моніторингом реалізації цієї концепції можна вважати Наукову доповідь «Науково-методичне забезпечення цифровізації освіти України: стан, проблеми, перспективи», представлену провідними експертами освітньої галузі країни загальним збором НАПН України 18–19 листопада 2022 р [58]. У ній зокрема відзначено, що і пандемія, і війна суттєво посунули використання платформ з цифровим освітнім контентом, онлайн-тестами, відеоконтентом тощо для забезпечення освітнього процесу. Відповідно, це суттєво стимулювало підвищення інформаційної та цифрової компетентності усіх його учасників, і відтак можна говорити про активну фазу цифрової трансформації вітчизняної освіти [58], яка, на думку авторів доповіді, має супроводжуватися вирішенням таких загальних аспектів як: 1) усунення дефіциту цифрових засобів та електронних освітніх ресурсів для повноцінного навчально-методичного забезпечення освітнього процесу на різних рівнях освіти; 2) цілеспрямований розвиток цифрової компетентності надавачів освітніх послуг через систему заохочень щодо створення та використання ними цифрових засобів, інформаційних систем і технологій; систему їх сертифікації згідно з цифрограмами платформи «Дія.Освіта» або інших інструментів і процедур оцінювання; 3) проведення фундаментальних і прикладних досліджень проблем цифрової педагогіки, технологічних особливостей побудови відкритих педагогічних систем; психологічних аспектів взаємодії суб'єктів освітнього процесу у віртуальному навчальному середовищі; реалізації е-навчання у формальній, неформальній та інформальній освіті; 4) підвищення медіаграмотності населення,

збереження здоров'я користувачів засобів ІКТ, обізнаності з питань інформаційної безпеки, кібербезпеки та захисту конфіденційної інформації, протидії загрозам несанкціонованого використання персональних даних тощо [58].

Розвиток горизонтальних зв'язків на *мезорівні* перетворює освітню організацію на рівноправного учасника соціально-економічних, політичних, етноконфесійних відносин усередині держави. Іншими словами, освітній заклад перетворюється на відкриту мережеву організацію, здатну зробити вагомий внесок у стратегічний розвиток країни. Прикладами такої горизонтальної кооперації можна вважати спільні проєкти з бізнесом (школа як стартап-хаб [89]), з громадськими організаціями [116], з органами місцевого самоврядування, міжнародні проєкти [166] тощо.

Дуже актуальним прикладом співпраці освітнього закладу та громадських організацій з огляду на тотальну інформаційну війну, яку росія веде проти України вже друге десятиліття поспіль і яка посилилася під час повномасштабного вторгнення росії в Україну, є співпраця в галузі **медіаосвіти**. Як зазначають І. Ломачинська та Б. Ломачинський, традиційне розуміння медіаосвіти як навчання теорії і практичним умінням для оволодіння сучасними засобами масової комунікації має своєю *передумовою сучасне розуміння інформації як комунікації, а не знання*: «оскільки в реаліях сучасної доби пріоритетні позиції займають тиражування (а не створення) інтелектуального продукту для масової аудиторії, через засоби масової інформації та інтернет» [77, с. 66]. Отже, результатом медіаосвіти має бути вміння людей критично оцінювати інформацію, яку вони отримують зі ЗМІ, аналізувати медіаповідомлення, перевіряти їх на достовірність та об'єктивність [28]. В умовах війни інформаційний простір взагалі перетворюється на пропагандистський, тому дуже важливо, аби у громадян нашої країни (особливо молоді) була сформована чітка поняттєва система, яка стане на заваді спробам маніпулювання свідомістю, до яких вдається російська пропаганда. Для цього на рівні середньої освіти з 2018 року запроваджено начальний курс «Громадянська

освіта», в якому один з розділів – «Світ інформації та масмедіа» презентує оптику медіаосвіти, зокрема: що таке медіа, як вони функціонують у суспільстві, який потенційно маніпулятивний вплив мають, яким чином слід сприймати медіатексти і які стандарти подання інформації вважаються прийнятними.

Окрім представників професійних середовищ (педагогів, журналістів, науковців, культурних менеджерів), численні проекти в цій галузі реалізують громадські активісти та медіаексперти. Українські громадські організації, як-от Академія української преси, «Детектор медіа», StopFake, «Телекритика», Інститут масової інформації та «Інтерньюз-Україна», систематично працюють над підвищенням рівня медіаграмотності громадян, публікуючи власні та перекладні видання, підручники та навчальні посібники, організовуючи курси, тренінги та конференції, створюючи спеціалізовані інтернет-портали та інтерактивні онлайн-ігри для учнів та студентів. На думку української дослідниці О. Гарматій [26], більшість проектів з медіаграмотності, які виконуються сьогодні в Україні – це громадські ініціативи. Навіть єдиний державний документ в сфері медіаграмотності – Концепція впровадження медіаосвіти [54] – схвалено завдяки активному медіаосвітньому рухові громадян. Дослідниця відзначає, що громадський сектор України в розвитку медіаграмотності населення відіграє провідну роль.

Макрорівень у розвитку горизонтальних зв'язків передбачає, що сам інститут освіти перетворюється на мережу, і вже весь освітній процес набуває вигляду взаємопов'язаної системи, де кожен учасник – учень, вчитель, батьки, освітній заклад, бізнес-структура, громада – є частиною більшого цілого. Ця мережа включає в себе різноманітні зв'язки, від формальних (наприклад, школа-університет) до неформальних (наприклад, онлайн-спільноти, волонтерські організації). Мережева освіта як концепт передбачає висвітлення нових способів і моделей більш ефективного та відповідального навчання, в яких в центр освіти поміщена людина та її потреби критичного мислення та розкриття креативного потенціалу; сама освіта пов'язана з наукою, культурою, мистецтвом, впливає на формування цінностей

людини, відкрита до інших культур та в цілому впливає на розвиток суспільства, допомагаючи розв'язувати його актуальні проблеми.

Новою моделлю ефективного і відповідального цифрового навчання наразі є *концепція цифрового громадянства*, яка визначає норми відповідального, ефективного і безпечного використання цифрових технологій, цифрових сервісів і послуг, участі в створенні цифрового контенту. Вона створюється поступово, по мірі розвитку інтернету та цифрових технологій. У контексті освіти та розвитку питаннями цифрового громадянства на глобальному рівні опікується ЮНЕСКО, об'єднуючи в цьому понятті три окремі виміри: інформаційну грамотність, медіаграмотність та ІКТ, або цифрову грамотність. Виступаючи як парасолькове поняття, ця «нова конструкція грамотності допомагає розширити можливості людей, спільнот і націй брати участь і робити внесок у глобальні суспільства знань» [266]. Як зазначає французька дослідниця Дівіна Фрау-Мейгс, «концепція цифрового громадянства та управління Інтернетом є “новими основами” освіти 3.0, які можуть надати дітям компетенції для співпраці, творчості та соціальних інновацій (...) плекати їхні права людини та розуміння спільних цінностей, що, у свою чергу, допоможе побудувати більш інклюзивні суспільства» [179]. В Україні в рамках таких способів інституціоналізації як наукове обґрунтування та нормативне закріплення в програму першого рівня освіти впроваджується навчальний посібник із цифрового громадянства й безпеки, розроблений Google у співробітництві з Альянсом із захисту безпеки користувачів в інтернеті [81]. Він містить матеріали та методики, необхідні для викладання основ безпеки в інтернеті. Як зазначають автори посібника, плани уроків призначені для учнів початкової школи та зосереджені на ключових принципах мережевого етикету й безпеки. Вони допоможуть учителям виховати в дітях обережність і відповідальність під час роботи в інтернеті.

Продуктивним методом, який дозволяє розглядати трансформацію інституту освіти в мережевому суспільстві, є *метод соціальної топології* [50]. У рамках його застосування можна виділити *інформаційні топоси освіти*, які пов'язані з місцями,

контекстами або середовищами, де відбувається навчання, і де інформація відіграє ключову роль у формуванні учасниками освітнього процесу розуміння світу та виборі способів навчання. Ці топоси традиційно пов'язані як з фізичною, так і з інформаційною реальністю, але в мережевому суспільстві ці реальності дуже часто переходять одна в одну, зливаються. Приміром, традиційні уявлення про такі фізичні топоси школи, бібліотеки чи музею як місць зберігання та систематичного передавання знань доповнюються уявленнями про мобільний інформаційно-навчальний простір, і це діалектичний зв'язок між реальним та віртуальним простором значно трансформує просторові характеристики інституту освіти в мережевому суспільстві. Віртуальні інформаційні топоси (як-от інтернет, соціальні мережі) змінюють не лише формат освіти, її навчальний та методичний контент, форму взаємодій учасників освітнього процесу, але й трансформують ціннісні орієнтації освітніх суб'єктів і навіть їх етичне осмислення комунікації з іншими людьми.

Якщо класична аудиторна освіта вже перевірена багатовіковою історією, інституціоналізована та загальноприйнята, то освіта в просторі цифрового суспільства – явище нове, яке ще належить осмислити, концептуалізувати та інституціоналізувати. Такою спробою інституціоналізації можна вважати, наприклад, Концепцію цифрової трансформації освіти і науки [55], проєкт якої МОН запустило до громадського обговорення у 2021 році. Концепція має декілька стратегічних цілей, пов'язаних із формуванням доступного та сучасного цифрового освітнього середовища, у якому мають діяти компетентні працівники сфери освіти, і їхні компетентності пов'язані як з відпрацьованими вміннями проведення навчальних занять, так і з розумінням та критичним осмисленням змісту навчальної інформації та повідомлень. Таким чином, необхідні для інституціоналізації кроки, як-то нормативне закріплення, розробка навчальних планів, програм, освітніх стандартів уже проводиться, так само як навіть в умовах війни активно проводяться наукові дослідження, які підтверджують ефективність цифрових освітніх практик,

сприяють їх визнанню та поширенню. І можна передбачати, що цифрова освіта і наука мають потенціал стати новим соціальним патерном, але поки що і українське суспільство, і світове в цілому знаходиться в середині цього процесу.

Подвійна присутність освітньої організації в фізичному та віртуальному просторі – також характерна трансформаційна ознака освітнього інституту в мережевому суспільстві [32]. Як приклад можна навести транзит освітніх спільнот (різних рівнів освіти) в соціальні мережі, в результаті чого вирівнюються можливості для отримання якісної освіти незалежно від географічного розташування чи соціального статусу; кожен учень (користувач освітніх програм) може будувати власний освітній шлях, самостійно обираючи теми, матеріали та темпи вивчення, що відповідають їхнім індивідуальним потребам та інтересам. Окрім того, соціальні мережі створюють платформу для глобальної співпраці (обмін досвідом, ідеями та ресурсами), розвитку критичного мислення (порівняння отримуваної інформації), життя в цифровому суспільстві (набуття цифрових компетентностей).

Вивчення трансформацій інституту освіти в *структурно-функціональному ракурсі* дає нам уявлення про розширення переліку соціалізацій, які отримує завдяки освіті людина. Якщо раніше предметно орієнтоване навчання давало набір необхідних знань спершу для базової ерудиції, а потім для освоєння конкретної професії (власне, у цьому і полягала функціональність освіти), то зараз набір соціальних компетентностей та навичок, які людина має освоїти, отримуючи освіту, доповнюється такими компетентностями, приміром, як розуміння функціоналу цифрової економіки, етичні правила цифрового спілкування, готовність до освіти впродовж життя та постійного оновлення власних знань. Важливою компетентністю, яку має давати освіта людині, є вміння використовувати ресурси цифрового суспільства для вирішення особистих і професійних задач. Наприклад, за допомогою мовних додатків (Duolingo, Memrise) та онлайн-спільнот можна вивчати іноземні мови та культури, за допомогою онлайн-платформ (Canva, Adobe Spark) можна створювати дизайни, відео та інші творчі проекти; платформи для пошуку роботи

(LinkedIn, Work.ua) дозволяють знайти вакансії, створити професійне портфоліо та зв'язатися з потенційними роботодавцями, платформи для фрілансерів (Upwork, Freelancer) дають можливість знаходити проекти та заробляти гроші дистанційно тощо.

Окрім того, освіта має формувати в людини не тільки вміння користуватися ІТ-технологіями, але й відповідні мережевому суспільству людські навички та риси характеру. Це – гнучкість мислення і вміння швидко підлаштовуватися під мінливі умови. Саме у зв'язку із цим освіта наразі має долучати людину до набору навичок, що є базовою точкою для буття в мережевому суспільстві.

Ще один об'єкт, який безпосередньо бере участь у виробництві інформації, що надалі впливає на формування нових соціальних патернів або на трансформації існуючих соціальних моделей – це наука. Якщо систему науки піддати *інституціональному аналізу* (так, як вище ми це зробили з інститутом освіти), то в першу чергу слід порівняти наявні та нові моделі поведінки (відносини) в мережевому просторі науки.

Відразу маємо констатувати, що справжню революцію в науковій спільноті здійснили *інформаційно-комп'ютерні технології*, кардинально змінивши методи дослідження, співпраці та поширення знань. Ключові зміни, на нашу думку, торкнулися передусім таких аспектів, як *спрощення доступу до інформації та знань*, що зумовило становлення концепції Відкритої науки та *збільшення спектру дослідницьких методів за рахунок моделювання, аналізу великих даних та штучного інтелекту*. Розглянемо ці зміни більш детально.

Розвиток інформаційних технологій революціонізував наукові дослідження. Якщо раніше вчені витрачали роки на пошук необхідної інформації в бібліотеках, то сьогодні вони можуть знайти її онлайн за лічені хвилини. Це значно прискорило темпи наукових відкриттів та розширило можливості для міжнародного співробітництва.

Теоретичною та концептуальною основою, на якій здійснювалося наприкінці XX століття впровадження ІКТ в систему наукової комунікації стала концепція Всесвітньої павутини (World Wide Web), засновники якої англійський вчений Тім Бернерс-Лі та бельгійський інженер і науковець Роберт Кайо запропонували систему, що дозволяла пов'язувати документи між собою за допомогою гіперпосилань. Це дозволило користувачам легко переходити від одного документа до іншого, створюючи таким чином глобальну мережу інформації [6]. Пізніше удосконалилися технічні компоненти цієї концепції – веб-сервери, веб-браузери, уніфікований ідентифікатор ресурсів (URL), протокол передачі гіпертексту (HTTP), мова розмітки гіпертексту (HTML) – усе це дало можливість відкрити для широкого кола користувачів величезні інформаційні ресурси, які дали всьому світові новий спосіб для комунікації, обміну ідеями, співпраці, бізнесу, навчання тощо.

Наукова інформація почала протоколюватися в рамках концепцій e-Science та Science 2.0, які, як показано в роботі іспанських дослідників Е. Фаргуерас та Л. Феррер, є новою науковою парадигмою, де інтернет і веб-технології відіграють центральну роль у проведенні досліджень, співпраці та поширенні знань [174], а також декларують відкритість наукової інфраструктури та комунікації (e-Science), використання мережі для обміну науковими результатами (Science 2.0) [174].

На початку 2000-х років досягнуті трансформації наукової практики концептуалізувалися як «Відкрита наука», що засвідчено «Будапештською ініціативою відкритого доступу» (2001 р.) та «Берлінською декларацією про відкритий доступ до наукових та гуманітарних знань» (2003 р.) [146]. У широкому сенсі Відкрита наука розуміється як загальна доступність (у цифровому форматі, без обмежень або з мінімальними обмеженнями) результатів досліджень, що фінансуються за державний рахунок [172]. Така загальна доступність передбачає: відкритий доступ до публікацій, відкритість даних, відкрите рецензування публікацій, відкрита методологія, відкрита освіта, відкрите програмне забезпечення тощо. Тобто весь цикл дослідження має бути прозорим та відтворюваним в інших

наукових спільнотах чи локаціях на підставі оприлюднених даних або чіткої методології дослідження.

Українська дослідниця Т. Ярошенко виводить філософію руху відкритого доступу з поглядів на відкрите суспільство Карла Поппера та Роберта Мертон [129]. Р. Мертон ще в роботі «Соціологія науки» заявив, що всі результати наукових досліджень мають бути в суспільному надбанні, а метою роботи дослідників є внесок у «спільний казан»: відмова від прав інтелектуальної власності заради розвитку колективного знання [217].

Відкритий доступ змінив засоби і способи поширення наукової інформації. Спочатку масово поширилися спроби розповсюдження статей електронною поштою, потім з'явилися FTP-сервери та інші платформи. Проте справжній прорив стався зі створенням електронних архівів та відкритих наукових журналів. Одним з перших таких журналів став журнал Університету Сіракузи (США) «New Horizons in Adult Education» у 1987 році. У 1991 році фізик Пол Гінспарг із США створює знаменитий архів препринтів arXiv.org, щоб фахівці могли, виклавши свої препринти чи вже опубліковані роботи, дискутувати та обмінюватися думками. Дуже швидко до цього архіву препринтів приєдналися фахівці з інформатики, математики, біології, статистики. Як зазначає Т. Ярошенко, цей проєкт фактично змінив парадигму наукової комунікації, оскільки почав формувати не просто спільноту пасивних споживачів інформації, а мережу колег, партнерів, дослідників, які спільно створюють нові знання [129].

Для репрезентації результатів наукових досліджень вільному онлайновому доступі, а також для довготривалого та надійного їх зберігання широко використовуються репозитарії – організовані колекції цифрових документів з набором сервісів навколо цієї колекції. За даними Directory of Open Access Repositories (DOAR) репозитаріїв різного типу – тематичних, інституційних, міждисциплінарних, урядових – нараховується понад 6000 од. За даними

Міжнародного рейтингу репозиторіїв Webometrics – в Україні наукових репозиторіїв – близько 90.

Демократизувати доступ до наукової інформації та знань допомагають також онлайн-бібліотеки – розподілена інформаційна система, що дозволяє зберігати і використовувати різноманітні колекції електронних документів (текст, графіка, аудіо, відео тощо) завдяки глобальним мережам передачі даних в зручному для кінцевого користувача вигляді. На відміну від користувача бібліотеки публічної користувач онлайнної, як зазначено в роботі Д.В. Ланде та О.В. Баркової, працює з інформацією, а не з документом [66]. Відповідно, основною задачею такої бібліотеки є інтеграція інформаційних ресурсів (або їх об'єднання з метою використання різної інформації з можливістю її обробляти) і ефективна навігація (реалізовані пошукові можливості) в них.

Метод соціальної топології і задачі нашого дослідження дозволяють також аналізувати науку на предмет виділення інформаційних топосів, які поряд з фізичними топосами (як-от лабораторія, університет чи наукова конференція) формують соціальну структуру наукової спільноти. На нашу думку, такими інформаційними топосами науки можна вважати спеціалізовані соціальні мережі для вчених – Academia.edu, ResearchGate, Mendeley та інші, які об'єднують географічно розділених користувачів і дають можливість вченим організовувати комунікативні наукові обміни, анонсувати наукові проєкти та публікації, надавати повний доступ до своїх текстів, обмінюватися думками. Власне, ці соціальні мережі претендують на заміщення «невидимої колегії Бойля», тобто тих започаткованих ще з XVII століття неформальних позаінституційних форм обміну ідеями між вченими, які пізніше частково репрезентували організаційну структуру науки до кінця XX століття [25]. Можливості мережі, як підкреслює Б. Веллман [270], змінюють модус комунікативної поведінки сучасного вченого: одностороння комунікація (публікація в науковому журналі) змінюється на діалог, оскільки результати завдяки неформальним мережам можна оприлюднювати ще до офіційної публікації;

формальна комунікація (через офіційні ресурси) все більше поступається неформальній, що створює більш відкритий обмін ідеями; вузькоспеціалізована комунікація замінюється на міжгалузеву та глобальну; вчені не тільки споживають інформацію, але й активно її створюють і поширюють. У 2014 році журнал «Nature» опублікував редакторську статтю Річарда ван Нордена «Онлайн-співпраця: вчені та соціальна мережа» [267], в якій автор описує, як міжнародний проєкт в області мікробіології було реалізовано винятково за допомогою мережі ResearchGate, без безпосередніх зустрічей учасників та поза офіційною ієрархією. Це дало автору надію, що неформальна активність науковців розшириться, і вони за короткий час зможуть започаткувати нову професійну та соціальну норму, пов'язану з обов'язковістю широкого обговорення наукових ідей, руйнуванням інституційних рамок та виходом на нові комунікаційні норми в науці. Разом із тим пізніші дослідження стратегій наукової комунікації [13] показують, що до сьогодні ця мережева комунікація не змінила інституційні рамки науки, і вона розглядається вченими переважно як нова форма самопрезентації та інструмент просування власних досліджень, що, як ми передбачали вище, робить її функціонально-інформаційним топосом, але поки що не місцем виробництва нового знання.

Розвиток технологій радикально змінив ландшафт наукових досліджень ще й завдяки розширенню переліку методів наукового дослідження, як-от *моделювання (симуляція), аналіз великих даних та штучний інтелект*.

З філософської точки зору моделі є невід'ємною частиною наукового пізнання. Вони дозволяють вченим спростити складні системи, виділити основні закономірності та зробити прогнози. Завдяки моделям ми можемо краще зрозуміти світ, що нас оточує, і розробляти ефективні стратегії для розв'язання різних проблем. На думку І.М. Кульчицького, який пропонує у своїй статті філософські максими моделювання [63], поняття моделі ґрунтується на розумінні внутрішнього світу людини, її прагненні до самореалізації (в тому числі через перетворення світу) та етичній відповідальності за наслідки своїх дій. Людина, як зазначає дослідник,

пізнає світ, виділяючи з нього окремі об'єкти та їхні властивості. Цей процес передбачає створення *ментальних моделей*, які допомагають нам розуміти та взаємодіяти зі світом. Наукове пізнання включає в себе не лише отримання нової перевіреної та достовірної інформації (завдяки таким інструментам раціонального мислення, як логіка, системний аналіз, встановлення причинно-наслідкових зв'язків, створення спрощених представлень реальних систем), але й активну діяльність, спрямовану на її подальше використання. Прикладом світового відкриття, зробленого за допомогою математичного моделювання, прийнято вважати відкриття в середині XIX століття Нептуна – восьмої планети Сонячної системи. Відкриття Нептуна мало найбільше значення насамперед тому, що воно послужило блискучим підтвердженням закону всесвітнього тяжіння Ньютона, покладеного в основу розрахунків, і дало поштовх до подальших досліджень Сонячної системи. Наука сучасної доби так само має не менш вагомі здобутки, зроблені за допомогою моделювання: як-от *бозон Хіггса* (елементарна частинка, що визначає масу всього, що є у Всесвіті. Була передбачена у 1964 році британським фізиком П. Хіггсом, а її фізичне існування експериментально підтверджено за допомогою Великого адронного колайдера у 2012) або ж *чорні діри у Всесвіті* (передбачення існування субстанцій, які не пропускають сонячне світло, відбулось ще наприкінці XVIII століття, теоретично підтверджено це було А. Ейнштейном у 1915 році, а в 2015 були вперше зареєстровані гравітаційні хвилі, що підтвердили одне з передбачень Ейнштейнкової теорії відносності [120].

Виявляти нові закономірності розвитку природничих та соціальних систем та робити більш точні прогнози дозволяє також *метод аналізу великих даних*. Так, у соціальних науках великі обсяги даних, зібраних з різних джерел (соціальні мережі, мобільні пристрої, датчики тощо), дозволяють досліджувати соціальні явища з новою глибиною. Яскравим прикладом застосування аналізу великих даних у соціальних науках є прогнозування соціальних протестів. Наприклад, дослідники використовують дані з таких соціальних мереж, як X (Twitter) [253], для виявлення

зростання негативних настроїв, збільшення кількості повідомлень про конкретні проблеми, а також формування онлайн-спільнот [237], присвячених цим проблемам. За допомогою аналізу великих даних у природничих науках були відкриті екзопланети (ті, які обертаються навколо інших зірок, крім Сонця). Алгоритми машинного навчання аналізують величезні масиви даних, зібраних космічними телескопами, та виявляють періодичні зміни яскравості, які можуть бути спричинені транзитами планет, відфільтровують помилкові сигнали, проводять додаткові обчислення для підтвердження відкриття [149]. Відкриття екзопланет вважається одним з найбільших досягнень в астрономії в останнє двадцятиліття, оскільки їх вивчення допомагає краще зрозуміти, як формуються планети, як виникає життя, чи є можливість існування позаземного життя тощо.

Останнім часом (близько 10–15 років) до трансформації дослідницького процесу долучилися різноманітні програмні *інструменти штучного інтелекту*. За допомогою Jasper, ChatGPT, Gemini AI, Lovo.ai та інших додатків дослідник тепер в рази швидше може виконувати огляд літератури і синтезувати знання, автоматично скануючи і витягуючи релевантну інформацію з широкого спектру наукових робіт. Такі сучасні програмні рішення, як *Pictory* або *HitPaw Photo Enhancer*, дозволяють ефективно обробляти та інтерпретувати візуальні дані, включно із зображеннями та відео. Ця технологія, відома як комп'ютерний зір, активно використовується дослідниками. Вони застосовують її для аналізу медичних зображень, супутникових знімків та записів з камер спостереження. Комп'ютерний зір знаходить своє застосування в таких різноманітних галузях, як біологія, астрономія та науки про навколишнє середовище. Фахівець з СЕО Дж. Аббадія у своїй роботі [131] показує, що сучасні обчислювальні технології мають широкий спектр застосувань. Зокрема вони дозволяють проводити глибокий аналіз даних та розпізнавання образів, виявляючи у великих масивах приховані закономірності, які людина нездатна помітити самотійно.

У роботі з текстом використовується обробка природної мови, що дає змогу розуміти й генерувати мову для аналізу документів та виявлення настроїв. У візуальній сфері комп'ютерний зір забезпечує обробку та інтерпретацію зображень – від медичних знімків до даних супутникового моніторингу. Фізичні завдання, як-от лабораторні експерименти чи збір даних, бере на себе робототехніка та автоматизація, що підвищує продуктивність і знижує ризик помилок. На основі поведінки користувачів системи рекомендацій формують персоналізовані пропозиції, наприклад підбираючи дослідникам релевантну літературу. У фармацевтиці ці технології прискорюють відкриття та розробку ліків завдяки аналізу біологічних даних, а симуляція та моделювання дозволяють створювати складні моделі для прогнозування поведінки систем [131].

Поряд з визначними можливостями освітньо-наукового континууму, які ми описали вище і які вже зараз впроваджуються в масову практику, поступово упорядковуючи суспільний простір та формуючи нові соціальні норми та традиції, релевантні для мережевого суспільства, слід також розглянути, наскільки усі ці новітні можливості та інструменти можуть стати масовими соціальними практиками і в чому вони загрожують підважити наявний соціальний порядок.

Так, ми показали, що традиційна модель освіти, де вчитель є єдиним джерелом знань, а учень – пасивним споживачем інформації, поступово поступається місцем більш інтерактивним і персоніфікованим підходам, які поряд зі своїми перевагами дають *інформаційне перевантаження, величезну кількість неперевіреної інформації, можливості для маніпулювання персональними даними*. Аби їм протидіяти, сучасна освіта повинна мати на меті навчати всіх учасників належним чином структурувати та аналізувати інформацію, відрізняти факти від вигадок, бути обачними в користуванні цифровим контентом.

Серед основних причин інформаційного перевантаження учасників освітнього процесу – надмірна кількість інформації (яка, попри величезну кількість, не вся є релевантною та якісною); високі суспільні очікування від процесу навчання; вимоги

багатозадачності (прагнення учнівської молоді реагувати на інформаційні запити одночасно: виконувати домашні завдання, спілкуватися в соціальних мережах і дивитися відео, що призводить до зниження концентрації та ефективності навчання); відсутність навичок критичного мислення (учні, як правило, не вміють відбирати важливу інформацію з великого потоку даних, а шкільні програми методично не налаштовані на усунення цієї прогалини, бо самі страждають на інформаційну перенасиченість) [64].

Адекватність та достовірність отримуваної та засвоєної інформації вимірюється таким маркером особистості, як критичне мислення. *Критичне мислення* має декілька визначень [56; 148], але загальним їх знаменником є ідея про комплексне мислення, яке зазвичай пов'язане з індивідуальними здібностями і такими якостями особистості, як відкритість, логічне міркування, незалежність суджень, налаштування на розв'язання проблем і критичне оцінювання власних переконань. На думку авторів статті «Цифрова грамотність в освіті 21 століття: навігація в інформаційному світі» [246], основними навичками критичного мислення, які має формувати сучасна освіта є вміння: 1) фокусуватися на запитанні, 2) аналізувати аргументи, 3) формулювати, розв'язувати, уточнювати чи заперечувати за допомогою запитань; 4) оцінювати достовірність джерела, 5) спостерігати; 6) робити дедуктивні та індуктивні виведення; 7) виявляти та оцінювати судження, терміни та визначення, розпізнавати передумови; 8) розуміти процеси прийняття рішення та витоки дій; 9) аргументовано взаємодіяти з іншими людьми (усна чи письмова аргументація).

З цієї точки зору концепцію критичного мислення можна порівняти та пов'язати з відомою концепцією метапізнання Дж. Фавелла [178]. Ця концепція належить до уявлень, які людина має про знання, якими вона володіє, і про те, як вона може їх створювати та використовувати. Основні фази метапізнання – (1) усвідомлення суб'єктом когнітивної діяльності, яку він/вона виконує, (2) судження, висловлене чи ні, тим самим суб'єктом щодо цих дій, (3) рішення

змінити чи не змінити свою діяльність або продукт метакогнітивної діяльності, який можна узагальнити концепцією регулювання ефективності – у співвіднесенні з практикою формування критичного мислення виглядає таким чином: 1) усвідомлення мети поставленої задачі (оцінка), 2) оцінка своїх слабких і сильних сторін у виконанні цього завдання, 3) складання плану, 4) застосування стратегій та контроль ефективності, 5) критичне оцінювання своїх зусиль щодо вирішення завдання [41].

Новими соціальними патернами, які сформувалися і продовжують формуватися під впливом наукових відкриттів, є, наприклад, перенесення великої частини повсякденних і професійних комунікацій в соціальні мережі (завдяки відкриттю та розвитку всесвітньої мережі «Інтернет»), «експертність» та обізнаність більшої частини населення планети щодо медичних досягнень, перебігу природних процесів, глобальних викликів, соціальних потрясінь тощо. Приміром, наукові досягнення в галузі генетики та агрохімії призвели до «зеленої революції», яка кардинально змінила способи виробництва продуктів харчування і вплинула на соціальну структуру сільських спільнот.

Наука так само дотична до формування нових соціальних ролей та цінностей. Так, поява і поширення інформаційних технологій змінила традиційні гендерні ролі, відкривши перед жінками безпрецедентні можливості та розширила їх участь у економічному, політичному та соціальному житті. На це, зокрема, звертає увагу Всесвітня доповідь ЮНЕСКО «До суспільств знання» [260]. Потужним інструментом у зміні стереотипів щодо гендерних ролей експерти ЮНЕСКО вважають також освіту, яка дозволить подолати гендерні та когнітивні розриви, зміцнити економічну та фінансову спроможність жінок.

Описані вище в цьому підрозділі нові можливості наукового пошуку (доступність до наукових знань, швидкісний обмін ними, розширені можливості для наукової дискусії та новітні методи наукових досліджень), які сформувалися і розвиваються завдяки розвитку мереж, окрім позитивних наслідків, несуть й високі

ризика, пов'язані з етичними, соціальними, екологічними аспектами наукової діяльності. Окрім того, нові наукові технології можуть бути використані для створення зброї масового знищення або для кібератак. А збір та аналіз великих обсягів даних про людей ставлять під загрозу їхню приватність. Наприклад, до сьогодні багато людей в різних країнах пам'ятають один з найвідоміших кейсів маніпуляції персональними даними, пов'язаний з компанією Cambridge Analytica. Ця британська консалтингова компанія займалася збором та аналізом великих обсягів даних користувачів соціальних мереж, зокрема Facebook. Ці дані використовувалися для створення психологічних профілів користувачів, які потім застосовувалися для таргетування політичної реклами. У випадку з президентськими виборами в США 2016 року компанія збрала дані мільйонів користувачів Facebook без їхньої згоди. Ці дані були використані для створення детальних психологічних портретів американських виборців, що дозволило розробити вкрай ефективні політичні рекламні кампанії, які були спрямовані на конкретні групи населення з використанням їхніх страхів та упереджень.

Таким чином, величезні обсяги інформації, з якими стикається сучасна людина, мають бути формалізовані та упорядковані в межах звичних їй соціальних патернів, які великою мірою формує соціальний інститут освіти. Освіта – це масова практика, до якої людина долучається з найбільш раннього віку. В епоху мереж новітні функції освіти – навчання людей критичному мисленню, вмінню користуватися цифровими інструментами, управляти інформацією тощо – мають на меті сприяти створенню більш інноваційного, справедливого та стійкого світу.

Наука, попри те, що свої методи, знання та практики розподіляє між різними соціальними інститутами, є найбільшою рушійною силою соціальних змін, які стосуються способу життя людей, їхніх взаємовідносин і самої суспільної структури. Нові наукові тренди, як-от децентралізація знань, міжнародна колаборація наукових досліджень, розвиток громадянської науки та нові форми наукової організації,

трансформують сучасні соціальні інститути та одночасно виступають джерелом систематизації знань та уявлень про сучасне суспільство.

3.2 Соціально-комунікативні інститути як суб'єкти змін в суспільстві мереж

У попередньому підрозділі ми розглянули освітньо-науковий континуум як соціальний інститут формалізації інформаційного простору мережевого суспільства. Підставою для такої характеристики є важливість цих соціальних практик для мережевого суспільства у *структуруванні інформаційного простору, його критичному осмисленні, адаптації до нових викликів та формуванні нових ціннісних настанов*. Але не менш важливу роль у побудові сучасного мережево-комунікативного суспільного дискурсу відіграють інститути, які, послуговуючись як формальними, так і неформальними засобами, сприяють творенню соціальних груп (спільнот), пропонуючи їм *візію спільного майбутнього, виробляючи та закріплюючи спільні культурні патерни, або ширше – встановлюючи для спільноти певні «правила гри» для спільного проживання та комунікації*. Створення, трансформація, відтворення, упровадження нового – усі ці слова позначають дії, які, з точки зору інституціонального підходу, означають активну участь соціальних суб'єктів у творенні соціальної та культурної реальності.

Цю функцію соціальних інститутів спробуємо розглянути, використовуючи такий інструмент як концепція VUCA (Волатильність – Невизначеність – Складність – Амбівалентність). Автор цього терміну – американський військовий викладач Стефан Гаррос – винайшов його для характеристики військово-політичної ситуації в стані перманентної турбулентності. Пізніше соціальні дослідники, наприклад Н. Беннет та Г.Д. Лемуан адаптували цей термін до аналізу бізнес-середовища [143], Б. Йогансен – до концепції лідерства [197], Н.А. Колотілова осмислила його як опис суспільної моделі методами неформальної логіки [52]. Тобто ми бачимо, що будь-

який контекст соціальних змін можливо піддати аналізу за цими параметрами. Важливо також зазначити, що вибір інструментарію обумовлений самою природою мережевого суспільства, яке якраз і характеризується швидкими та непередбачуваними змінами (волатильність), невизначеністю, складністю структури та зв'язків, неоднозначністю (амбівалентністю) щодо відповідей та рішень. Осмислимо ці параметри VUCA з точки зору реакції на суспільні виклики соціальних інститутів у їх повсякденних комунікативних практиках.

Загальне визначення волатильності або змінюваності, нестабільності полягає в неможливості спрогнозувати швидкість та величину змін у середовищі, що є зовнішнім по відношенню до будь-якого елементу системи. У нашому випадку змінюваність та нестабільність є емерджентною характеристикою мережевого суспільства, а ключовими питаннями, які ми маємо розв'язати щодо реакції досліджуваних соціальних інститутів на цей параметр, на нашу думку, є:

- 1) здатність соціальних інститутів швидко адаптуватися до нових технологій та змін у суспільних звичках;
- 2) здатність до створення нових форм та платформ для більш успішної суспільної взаємодії;
- 3) здатність знаходити нові джерела доходів або генерувати бізнес-моделі.

Адаптацію соціальних інститутів до нових технологій і водночас їх можливості відповідати на заклики суспільства можна розібрати на прикладі трансформацій медіа. Ключові соціальні зміни, які створюють виклики та підстави для трансформації медіа, на думку Н. Білан [5], такі: 1) прискорення політичних, економічних, релігійних та культурних змін завдяки розвитку засобів поширення інформації; 2) збільшення можливостей спотворення інформації через здешевлення способів її передавання та відтворення; 3) зміна медіаландшафту, 4) новітні тренди інформаційного стеження, 5) цифровий розрив у комунікативних навичках людей, обізнаних з цифровими технологіями, та тими, хто таких знань та навичок не має, 6) збільшення дистанційного формату праці.

Медіа, як вважає Г. Почепцов, це будь-який інформаційний носій, який фіксує соціальні смисли, об'єднуючи людей у просторі та часі [88]. Окрім того, важливі інституціональні ознаки медіа зафіксовані в роботах Л. Баррата [139] та О. Бойда-Барелля [152], і вони полягають у тому, що масмедіа відрізняються інституційно-організаційною єдністю; виконують особливу, тільки їм властиву функцію створення інформаційного аналога суспільства шляхом побудови визначеної картини світу, а також висвітлюють функціонування інших соціальних інститутів. Виступаючи рупором громадської думки, мають здатність впливу на великі групи людей і на політичний процес.

Як зазначає М.Ю. Наумова, умовами трансформації медіа стали новітні технології, які зумовили процеси комп'ютеризації, інтернетизації, медіації і віртуалізації інформації [77]. Саме завдяки комп'ютеру стало можливим об'єднати всі види інформації – текстову, звукову, відео та графічну – в єдиний цифровий формат. Інтернет як віртуальний простір у поєднанні з миттєвим доступом до даних, що зберігаються в комп'ютерній пам'яті, сприяв значному розширенню знань і формуванню нової інформаційної картини світу. Ця оновлена медіасфера – власне, нові медіа – стали ключовим фактором переходу від індустріального суспільства споживання до постіндустріального інформаційного суспільства. Самі нові медіа, на думку М. Наумової, змінюють способи комунікації та соціальної взаємодії в суспільстві завдяки збільшенню кількості взаємодій учасників медіакомунікації, сама комунікація стає багатовекторною, завдяки новим медіа з'являються нові специфічні форми соціальності та соціальної інтеграції. Український сучасний медіапростір достатньо насичений такими прикладами. Приміром, спільнота, створена навколо ГО «Детектор медіа», вже майже десять років об'єднує журналістів, медіаекспертів, активістів та інших зацікавлених осіб, які прагнуть покращити якість українських медіа. Для цього вони використовують соціальні мережі, онлайн-вебінари, дискусії та інші способи мережевої комунікації. Під час війни багато українських медіа під своїм брендом, брендом своїх провідних фахівців

у соціальних мережах або на відеохостингу Youtube формують комунікаційні канали для оперативного поширення інформації та взаємодіють з аудиторією.

Адекватною відповіддю на суспільну волатильність є, на нашу думку, і нові форми ведення бізнесу в інтернет-мережі. Як показують в своїй роботі І. Отенко, О. Птащенко та Я. Куш [84], електронна комерція стає сьогодні не просто самостійним видом економічної діяльності, а набуває інституціональних ознак, які полягають у наявності надійної інтернет-інфраструктури та інфраструктури доставки товарів, нормативному регулюванні бізнесових операцій та системі фінансового захисту, наявності державних та освітніх програм, що сприяють його розвитку, а також збільшенням загальної цифрової культури та обізнаності учасників інтернет-бізнесу. Кардинально змінили спосіб ведення бізнесу такі бізнес-моделі, як *платформна* (Amazon (електронна комерція), Uber (транспортні послуги), Airbnb (оренда житла)), *передплатна* (Netflix (стрімінгове відео), Spotify (стрімінгова музика)), *краудсорсингу* (Wikipedia), *економіки спільного використання* (BlaBlaCar (спільні поїздки), *фріміум* (LinkedIn, Dropbox), *партнерська модель* (партнерство між блогерами та брендами) тощо. Наприклад, найактуальнішими сучасними трендами електронної комерції міжнародний журнал про транскордонну онлайн-торгівлю Cross-Border Magazine проголошує розвиток багатоканальних можливостей торгівлі. По всьому світу розвиваються такі моделі торговельної взаємодії, як BOPIS (купуйте онлайн, забирайте в магазині), та BORIS (купуйте онлайн, повертайте або обмінюйте в магазині). Так само новим стандартом продажу стають продажі через Facebook або Instagram. Новітнім трендом онлайн-торгівлі є доповнена реальність (AR) (її вже широко використовує така меблева мережа як ІКЕА): використовуючи інтелектуальний пристрій, споживач може побачити, наскільки, приміром, пропоновані компанією меблі знайдуть належне місце в інтер'єрі конкретного покупця.

Отже, наведені вище приклади з новими медіа та новими формами інтернет-бізнесу показують, що ці нові феномени дуже швидко набувають системних

інституційних ознак, а також відповідають на виклики соціальної нестабільності та змінюваності не менш масштабними і швидкими змінами, які формують нові стандарти та установки щодо соціальної поведінки.

Наступним параметром концепції VUCA є *невизначеність* (uncertainty), який прийнято розуміти як: а) інформаційну недостатність задля того, щоб спрогнозувати майбутні події, б) наявність певної кількості непередбачуваних факторів, які впливають або можуть вплинути на загальну соціальну ситуацію, а також в) складність встановлення причинно-наслідкових зв'язків, що утруднює діяльність соціальних інститутів та ускладнює прийняття суспільних рішень. Методологічною основою такого розуміння невизначеності є концепції П. Штомпки [255], Ж.-Ф. Ліотара [212] та У. Томаса [257], узагальнення яких, а також емпіричний аналіз даних соціологічного дослідження 2019 року «Соціальна конфліктогенність українського суспільства» дозволили нам зробити висновок щодо українського суспільства як такого, що перебуває в перманентному стані невизначеності: «Розглядаючи стан суспільної невизначеності як модель сучасного українського суспільства, ми виходили з припущення, що невизначеність соціальних перспектив розвитку України є певним постійним станом функціонування українського суспільства, що викликає невизначеність у членів суспільства щодо їхніх власних дій та їхніх власних висновків щодо певних соціальних трансформацій. ... Виходячи з того, що запобігання невизначеності може вказувати на ступінь, до якого члени певного суспільства мають потребу в соціальному структуруванні (правила, цінності, національні ідеї, конкретні вектори розвитку в певних сферах життя тощо), ми можемо припустити, що саме певна деструктуризація українського суспільства сприяє більш постійному встановленню стану суспільної невизначеності як моделі взаємодії між соціальними суб'єктами» [273].

Результатом такої перманентної невизначеності є множинність форм соціальної взаємодії. Ми досліджували це явище в контексті аналізу соціальної активності [274], використовуючи ідею соціального діалогу С. Дітца, який виділяв

такі три основні його форми: згоду, залучення та участь [163]. Домінуюча форма соціального діалогу, як доведено в цьому дослідженні, визначає характер, динаміку, напрямок, просторові та часові межі соціальної активності. Проведене емпіричне дослідження, результати якого зафіксовані в названій публікації, продемонструвало розподіл цих форм у сучасному українському суспільстві до 2020 року та засвідчило, що зменшення соціальної деструктивності постмодерного суспільства залежить від ціннісного контексту соціального діалогу, який регулює відносини між соціальними групами. Було виявлено, що соціальна природа конструктивної соціальної активності в українському суспільстві лежить у площині «соціальна взаємодія – соціальний діалог – соціальна довіра». Ефективна соціальна взаємодія між соціальними групами, особливо тими, які мають здатність і бажання активно впливати на соціальні процеси, сприяє формуванню нових соціальних відносин. Ці відносини, своєю чергою, створюють можливості для соціального діалогу, який впливає на еволюцію структурної організації суспільства.

Отже, перманентна невизначеність, характерна для постмодерного суспільства, призводить до множинності форм соціальної взаємодії. Ці форми (згода, залучення, участь) визначають характер соціальної активності та впливають на еволюцію суспільства. Недостатня довіра та неефективний соціальний діалог посилюють соціальну деструктивність, і, щоб реагувати на цю невизначеність, запобігти соціальній деструктивності та забезпечити соціальну стабільність, соціальні інститути, на нашу думку, мають реагувати, застосовуючи такі свої властивості як 1) адаптивна здатність до гнучкості та швидкого реагування на зміни, 2) здатність до колективних дій для подолання загроз, 3) здатність до забезпечення відкритої та доступної інформації, щоб підвищити довіру до соціальних інститутів.

Здатність соціальної системи швидко реагувати на внутрішні та зовнішні впливи стосується широкого спектру змін – від корекції звичних моделей поведінки, соціальних практик і цінностей до оновлення способів сприйняття та інтерпретації дійсності. Також це передбачає трансформацію внутрішньої структури та функцій

самої системи. І такі зміни, як можна бачити, відбуваються на всіх етапах історичного процесу і у будь-яких моделях соціальної взаємодії. Як доводить О. Попович, відбувається це завдяки тому, що люди, на відміну від тварин, створюють цінності, вищі за сенс індивідуального існування, і в ході набуття (освоєння) людиною або соціальною групою цих цінностей формуються нові соціальні якості, які стосуються комунікабельності та предметної діяльності [238].

Так, з початку повномасштабного вторгнення росії на українську територію, ідея спротиву агресору, можна сказати, перевершила «сенс індивідуального існування», і в українському суспільстві почала утверджуватися нова ідея національної стійкості [78], яка спричинила переформатування структури українського суспільства (і цей процес до сьогодні продовжується) та змінила звичні соціальні патерни. Ключовими структурними змінами, які відповідають зазначеним вище задачам подолання соціальної невизначеності, в цьому випадку є: *мілітаризація суспільства, зміцнення громадянської взаємодії, зміни в системі цінностей, в економічній, політичній, культурній структурі, а також зміни в інформаційному просторі*. Зміни в соціальній структурі змінюють і звичні соціальні патерни.

На прикладі такої структурної зміни як мілітаризація суспільства спробуємо продемонструвати механізм інституційних змін, який наразі відбувається в українській спільноті у відповідь на стан соціальної невизначеності. Як зазначають автори дослідження Разумков-Центру «Чи потрібна мілітаризація українського суспільства: ставлення громадян» [122], яке проводилося методом соціологічного опитування у березні 2024 року, «справжня сутність мілітаризації українського суспільства полягає в тому, що вона розглядається як вимушений спосіб забезпечення стійкості держави, суспільства у воєнний і мирний час в умовах сусідства з державою-агресором, навіть після її поразки та можливого розпаду» [122]. Під час цього дослідження респондентам ставили питання про їх ставлення до зміни пріоритетів державного бюджету (тобто більше витрат на сектор оборони),

бюджету громади та особистого бюджету (який, відповідно, може зменшитися через інші пріоритети витрат). Розподіл відповідей українців на користь того, що вони в більшості погоджуються на необхідність переорієнтації всіх рівнів бюджету на забезпечення безпеки, дав змогу авторам цього аналізу засвідчити, що «в суспільстві склалися розуміння та попит на політику зміцнення безпеки на рівні держави і громад; для забезпечення підтримки реалізації такої політики потрібен пошук балансу між витратами на безпеку та забезпечення добробуту громадян» [122]. Ми ж, ґрунтуючись на цьому аналізі, можемо зафіксувати зміни в інституційній поведінці українців, які (як показувало наше дослідження 2019 року [273]) адаптувалися до перманентного стану соціальної невизначеності і намагалися використовувати такий суспільний стан на свою користь, а з 2022 року усвідомили загрозу для країни і для власної безпеки та виразили готовність до колективних дій для їх подолання.

Але готовність прийняти виклик і відреагувати на суспільний запит – це лише початкові етапи інституціоналізації, які, як зазначає М. Чухрай [124], пов'язані із усвідомленням соціальної потреби і формуванням загальних цілей для її задоволення. Наступні ж етапи інституціоналізації – формування та оформлення норм, правил, процедур суспільної поведінки – неможливі без відкритого інформаційного обміну, комунікації, яка в мережевому суспільстві більшим чином відбувається в онлайн-мережах. Так, мілітаризація суспільства впливає на зміну таких соціальних патернів, як патріотизм, національна ідентичність, соціальна згуртованість, посилення традиційних гендерних ролей, ставлення до насильства, збільшення дисциплінованості, рівня тривожності та страху перед зовнішньою загрозою тощо [86]. Зараз можна спостерігати, що завдяки онлайн-мережам, які дозволяють швидко поширювати інформацію, мобілізувати людей на спільні дії та створювати нові форми соціальної взаємодії, зростає поінформованість та обізнаність людей про події, що відбуваються навколо, навіть у найгарячіших точках фронту. Так само мережі – це можливість швидко організувати широке обговорення

будь-яких питань, пов'язаних з мілітаризацією, сформувані громадську думку і донести її до органів влади, нарешті це можливість швидко зібрати кошти чи організувати допомогу усім, хто її потребує. У цьому сенсі структуру мереж, слідом за Л. Бевзенко та О. Злобіною, можемо охарактеризувати як атрактивну [3], тобто таку, що мають певну притягувальну силу для учасників мережі. І ця атрактивність базується не на раціональному виборі, а більше на певних емоціях, які й спрямовують цю силу тяжіння. У поєднанні з процесуальністю (адже і сама мережа, і суспільство, яке вона характеризує, від початку розуміється як процес безперервних взаємодій) атрактивність мережі забезпечує існування відповідного наративу, який живить емоційну єдність. Загальна канва такого наративу: виклик – необхідність відповіді – колективна згуртована відповідь [111]. Рівень довіри до наративу залежить від частоти повідомлень про успіхи цієї згуртованої відповіді. А можливість зворотного зв'язку через коментарі робить тканину наративу багатомірною, забезпечуючи їй більшу стійкість та адаптивність, що особливо важливо в умовах швидких змін та непередбачуваних подій.

Отже, у відповідь на *виклик невизначеності* соціальні інститути можуть проявляти адаптивність, здатність до колективних дій та забезпечувати відкритість інформації та комунікації. На прикладі такого актуального для українського суспільства тренду, як мілітаризація, ми показали, як інститути змінюються у відповідь на зовнішні загрози, формуючи нові соціальні патерни та виявляючи готовність до колективних дій.

Третій параметр, за якими можуть бути описані соціальні виклики, а відтак і реакції на них соціальних суб'єктів – *складність*. Л. Бевзенко [2] зазначає, що концепція складності в соціальних науках сформувалася у 80–90-х роках ХХ століття. Вона виникла на стику таких дисциплін, як математичне моделювання, системний аналіз, дослідження самоорганізації та епістемологія. Цей підхід також відомий, як теорія складності (complexity theory) [160], нелінійна/синергетична парадигма [190] або дисипативність [241]. Усі ці теоретичні версії анонсують

методологічний відхід від традиційних лінійних та механістичних моделей. Натомість вони пропонують розглядати суспільство як нелінійну, самоорганізовану, непередбачувану та адаптивну систему. У такій системі елементи тісно взаємопов'язані, і зміна в одному може спричинити трансформацію всієї системи. Парадигма складності наполягає на холістичному підході – необхідності вивчати соціальні явища як цілісні системи, а не просто як сукупність окремих частин.

Отже, аналіз сучасних соціальних інститутів крізь призму цієї концепції фіксує зсув. Відбувається перехід від формально-інституційного порядку (де головним було організаційне забезпечення того, щоб свобода однієї людини не порушувала свободу іншої) до порядку організаційного та самоорганізаційного. За останнього соціальні структури, норми та моделі поведінки виникають і розвиваються без навмисного централізованого контролю [2]. Це явище спостерігається в соціальних системах різного масштабу – від малих груп до великих суспільств.

На нашу думку, реакцією соціальних інститутів на ці виклики складності має стати, по-перше, готовність до несподіваних змін і здатність стимулювати соціальне різноманіття (поглядів, підходів, досвіду). По-друге, необхідно створювати умови для вільної циркуляції інформації, що сприятиме формуванню самостійного системного мислення в учасників соціальної взаємодії.

Яскравим прикладом готовності соціальних інститутів до несподіваних змін та прояву соціального різноманіття є реакція глобальної освітньої системи на пандемію COVID-19. Початок пандемії кардинально трансформував звичний освітній процес на всіх рівнях. Щоб запобігти поширенню вірусу, уряди різних країн почали закривати навчальні заклади, застосовуючи стратегії залежно від масштабів епідемії.

За даними ЮНЕСКО [265], станом на 4 квітня 2020 року 188 країн вдалися до повного закриття, що охопило 91,3% учнів у світі – близько 1,58 мільярда осіб. Цей безпрецедентний виклик стимулював активний пошук та розробку ефективних методів організації навчання в нових умовах. Координаторами зусиль освітньої спільноти стали міжнародні організації, такі як ЮНЕСКО, Єврокомісія, Світовий

Банк та ЄБРР. Вони долучилися до фінансування, розроблення та впровадження універсальних інструментів для навчання в умовах кризи, зокрема онлайн-рішень.

Як показано в аналітичній довідці фахівців НАПН України [67], масовий перехід освіти в онлайн-формат був забезпечений завдяки комплексу заходів. По-перше, це створення або адаптація інституціональних онлайн-платформ, універсальних для країни та підтриманих законодавством (наприклад, «e-School» в Естонії, SLS у Сингапурі, Tensent у Китаї). По-друге, міжнародні компанії профінансували безкоштовний доступ до навчальних онлайн-курсів та цифрових бібліотек (як-от Coursera, Google з інструментами Workspace for Education та ініціативою Grow with Google). По-третє, для дистанційної освіти залучили можливості національного телебачення та радіо, транслюючи уроки для учнів (особливо в Україні, Китаї, Австралії). По-четверте, застосовувалося поєднання онлайн-навчання з традиційними освітніми інструментами. І по-п'яте, впроваджувалося цільове фінансування для забезпечення учнів, передусім з малозабезпечених сімей, необхідними цифровими пристроями та доступом до інтернету.

Для західних демократій, що стикаються зі складністю та нелінійністю суспільного розвитку, актуальною відповіддю є створення умов для вільного обігу інформації. Це, у свою чергу, має на меті сприяти формуванню самостійного та системного мислення серед учасників соціальної взаємодії. Це можна продемонструвати на прикладі таких важелів у міському управлінні, як відкриті дані та громадський контроль. У першому розділі цієї роботи ми вже описували концепцію комунікативної дії Ю. Габермаса, яка передбачає орієнтованість соціальної дії на досягнення взаєморозуміння між індивідами [24]. У цій же роботі він проводить ідею публічної сфери, що є місцем формування громадської думки через раціональний дискурс. Публічна сфера за Ю. Габермасом охоплює інститути, засоби масової інформації та безпосередньо форми спілкування [24]. Тобто можна говорити, що сучасна концепція відкритих даних та громадського контролю однією з

фундаментальних теоретичних засад передбачає саме ідею публічної сфери Ю. Габермаса. Так, ним обґрунтовано, що для формування раціонального дискурсу публічна сфера потребує відкритої інформації [22]. Публікуючи дані про бюджет, витрати, проекти, статистику та інші аспекти міського життя у відкритому й доступному для всіх громадян форматі, органи міського управління дозволяють таким чином усім членам громади оцінювати ефективність дій влади та брати участь у формуванні міської політики.

Важливим механізмом реалізації принципів публічної сфери є громадський контроль, який передбачає такі форми спілкування громадян та влади, як онлайн-платформи, громадські слухання та консультації, де громадяни можуть обговорювати міські проблеми, пропонувати рішення та брати участь у прийнятті рішень. Важливими інструментами публічної сфери, які також забезпечують вільне циркулювання інформації та формування системного мислення та активної громадянської позиції, є незалежні ЗМІ та громадські організації. Вони на відміну від органів влади, які мають просто викладати факти, звіти рішення, мають в своєму арсеналі ще немало атрактивних інструментів, які дозволять привернути увагу містян до проблеми і включитися у її обговорення та навіть вирішення. Наприклад, медіаекспертка Я. Ясиневич у своїй книзі «Комунікація громадських ініціатив» акцентує таку атрактивну засаду комунікаційної стратегії медіа, як історія: «Можна й на початку опустити руки, бо зелені зони в місті не цікавлять тих, хто не має чим платити за комуналку, але якщо ці парки справді важливі для вас і ви певні в їхній важливості для інших, навіть не нагальній – це не привід братися за комуналку. Це привід пошукати слова й розповісти історію про зелені зони. ... Історія робить навіть неживий об'єкт близьким, а що близьке – стає зрозумілішим. Врешті перипетії історії дозволяють з кожною новою «серією» додавати важливих фактів та пропозицій вирішення і втримувати увагу до теми, будувати ланцюжок інформаційних приводів» [130]. Тобто різноманіття джерел інформації, різні форми її подання, адресація та постійне нагадування про проблему чи процес її розв'язання

дозволяє не випускати з уваги актуальну суспільну потребу та враховувати якомога більшу кількість точок зору, які й стануть основою суспільного консенсусу.

Таким чином, у відповідь на складні та непередбачувані виклики сучасного суспільства, соціальні інститути проявляють властивості адаптивності, готовності до несподіваних змін та стимулювання різноманіття. На прикладі реакції глобальної освітньої системи на пандемію COVID-19 показано здатність до швидкої адаптації та використання різноманітних інструментів для забезпечення безперервності освітнього процесу, на прикладі таких інструментів управління, як відкриті дані та громадський контроль, продемонстровано важливість вільного циркулювання інформації для формування системного мислення та активної громадянської позиції.

Амбівалентність у контексті VUCA створює для соціальних систем ряд специфічних викликів, як-от суперечливі вимоги та очікування, розмитість цінностей та норм, неоднозначність трактування соціально важливих меседжів, параліч у прийнятті рішень тощо. Українське суспільство в ситуації війни стикається з цими викликами мало не щодня, і це проявляється, наприклад, у суспільних дискусіях про те, що, з одного боку, гостра потреба в посиленні обороноздатності країни потребує максимальної мобілізації дієздатних осіб на її захист, а з іншого, суспільство дуже критикує мобілізаційні заходи, до яких вдається влада (особливо роботу ТЦК), і багато випадків примусового залучення чоловіків до війська піддаються нещадній суспільній критиці. Або ж у публічному просторі нашої країни багато говориться про необхідність переведення економіки на військові рейки і одночасно в ньому не менше чітких опіній щодо необхідності посилення соціального захисту, особливо для вразливих груп населення.

На подвійність трактування соціальних норм та меседжів накладається і позиція суб'єкта, що транслює інтерпретацію соціального явища або події – всередині або поза системою. Так, рольові та нормативні суперечності відчують суб'єкти, що знаходяться всередині системи. На це, зокрема, вказує П'єр Бурдьє, показуючи, як під впливом соціальних умов, в яких перебуває людина від свого

народження, вона вибудовує свій габітус – тобто схеми сприйняття, мислення та поведінки [12]. Поняття соціальної амбівалентності розвивав у своїй роботі «Соціальна теорія та соціальна структура» Роберт Мертон [218]. Детермінантами амбівалентного стану суспільства він визначив обмеження, які накладають на суб'єкта соціальні структури та культурні норми. Приміром, конфлікт між суперечливими очікуваннями від різних соціальних груп або інституцій спонукає людину обмежено застосовувати свої професійні, творчі, емоційні та інші можливості. Так, лікар може відчувати конфлікт між бажанням надати найкращу медичну допомогу та необхідністю дотримуватися обмежень, встановлених страховою компанією.

Визначена Р. Мертоном суперечність особистих цінностей та суспільних задач викликає і конфлікт між особистими прагненнями та необхідністю враховувати політичні або економічні інтереси суспільства. І тоді ми можемо говорити про позицію суб'єкта поза системою, що змушує його відчувати критичну амбівалентність, тобто стан, коли зовнішній спостерігач може бачити суперечності в системі, які не помічають її внутрішні члени. Це може призвести до амбівалентного ставлення до системи: з одного боку, критика, а з іншого – визнання її функціональності.

Відомим історичним прикладом такої амбівалентності, на нашу думку, є життя та діяльність творця атомної бомби Роберта Оппенгеймера. Як учений, Р. Оппенгеймер прагнув розкрити таємниці атомного ядра, керуючись суто науковим інтересом. Очоливши Мангеттенський проєкт, він зібрав групу талановитих вчених, об'єднаних спільним прагненням до прогресу. Він вірив, що атомна енергія може бути використана для мирних цілей, як-от виробництво електроенергії, демонструючи відданість об'єктивному науковому пошуку. Проте Мангеттенський проєкт був започаткований в умовах Другої світової війни, коли США прагнули отримати вирішальну перевагу. Р. Оппенгеймер усвідомлював величезне політичне та військове значення створення атомної бомби. Після війни він

виступив проти подальшого розвитку ядерної зброї та за міжнародний контроль над нею, що суперечило політичним інтересам США. Цей конфлікт призвів до звинувачень Р. Оппенгеймера в нелояльності, позбавлення доступу до секретної інформації та руйнування його наукової кар'єри. Його історія є попередженням про те, як політичні інтереси можуть впливати на долю вчених та на розвиток науки. Вона підкреслює важливість захисту свободи наукових досліджень та уникнення політизації науки, демонструючи, що прагнення до об'єктивного знання часто стикається з необхідністю враховувати політичні та економічні реалії.

Амбівалентність у контексті «плинної сучасності» досліджував Зигмунт Бауман, наголошуючи, що невизначеність та мінливість соціальних норм створюють постійне відчуття амбівалентності [1]. Це, на думку дослідника, відбувається тому, що в «плинній сучасності» інформаційні потоки є нестабільними та суперечливими, глобальні процеси тісно переплітаються з локальними, спричиняючи непередбачувані наслідки, а інформація та знання є інструментом для маніпуляцій та контролю. Попри те, що З. Бауман не пропонує конкретних історичних прикладів ідеальних спільнот, які б повністю подолали амбівалентність, його робота «Плинні часи...» підкреслює важливість етичної відповідальності та діалогу як ключових механізмів для навігації в цьому нестабільному світі. У «плинні часи», стверджує він, відповідальність переміщується на локальний рівень, де спільноти повинні брати на себе ініціативу в розв'язанні проблем, що безпосередньо їх стосуються. Це може виражатися у створенні локальних ініціатив для розв'язання громадських проблем, підтримки вразливих груп населення або розвитку місцевої економіки. В умовах, коли немає сталих орієнтирів і твердих правил, кожен індивід несе етичну відповідальність за свої дії. З. Бауман закликає до критичного мислення, усвідомлення наслідків своїх дій для інших і прийняття самостійних рішень. Він підкреслює, що в «плинні часи» важливо не лише діяти, але й усвідомлювати, чому ми діємо саме так.

З цією бауманівською ідеєю корелює наше дослідження 2024 року «Чий Крим?» або яким контентом наповнюються міжнародні бази даних наукових публікацій», виконане з метою виявлення фактів просування антиукраїнського контенту та визначення найбільш типових напрямів такого просування в міжнародних базах даних наукових публікацій [115; 264]. Так, у процесі дослідження було виявлено, що міжнародні наукові платформи, які за ідеєю повинні бути осередками об'єктивного знання, стають інструментами для поширення антиукраїнських наративів. Це створює ситуацію невизначеності, коли наукові ресурси, яким довіряє глобальна наукова спільнота, використовуються для маніпуляцій та пропаганди.

На прикладі цього дослідження ми спробували показати, як глобальні наукові бази даних стають ареною для локального конфлікту, а саме російської агресії проти України, а наукове знання може бути використане як для прогресу, так і для пропаганди. Це, як показував у своїй роботі З. Бауман, відображає амбівалентність глобалізації, яка одночасно з'єднує та роз'єднує, створюючи нові форми конфліктів та маніпуляцій. Бауманів заклик до локальних спільнот брати на себе відповідальність в умовах невизначеності та плинності відбився в ідеї, що також висловлена в нашому дослідженні: про необхідність чіткої позиції української науково-освітньої спільноти та активної адвокації національних інтересів.

Наведені приклади та міркування щодо амбівалентності дозволяють виділити ключові фактори, які одночасно сприяють і перешкоджають подоланню її викликів. Ці фактори можна узагальнити як *складність системи, культурні впливи та особистісні характеристики*.

Складність системи є фундаментальним чинником. Чим складніша система, тим більше внутрішніх суперечностей вона містить, що, відповідно, підвищує ймовірність виникнення амбівалентності. Наприклад, глобалізовані економічні системи або складні політичні структури часто породжують суперечливі очікування та вимоги, з якими індивідам важко впоратися.

Культурні фактори також відіграють значну роль. Культурні норми та цінності впливають на те, як люди сприймають суперечності. У деяких культурах амбівалентність може сприйматися як нормальне явище, навіть як частина повсякденного життя, тоді як в інших вона може розглядатися як небажаний стан, що викликає тривогу. Наприклад, у культурах, де цінується невизначеність, люди можуть легше приймати амбівалентні ситуації.

Нарешті, особистісні фактори, як-от толерантність до невизначеності та здатність до критичного мислення, суттєво впливають на те, як людина справляється з амбівалентністю. Люди з високою толерантністю до невизначеності можуть легше адаптуватися до суперечливих ситуацій, тоді як ті, хто володіє розвиненим критичним мисленням, здатні аналізувати складні системи та знаходити способи вирішення конфліктів.

Таким чином, *суб'єкту спроможність* соціальних інститутів ми вважаємо ключовим фактором, що визначає їхню роль у формуванні майбутнього суспільства. Для її дослідження ми застосували концепцію VUCA, що включає волатильність, невизначеність, складність та амбівалентність. Це дало можливість розглянути певні типи реакцій соціальних інститутів на кожен з названих параметрів і довести їхню здатність адаптуватися, змінюватися та відтворюватися у відповідь на виклики та зміни, що відбуваються в суспільстві.

3.3 Цифрова людина: новий агент інституційних змін

Сучасна соціальна реальність, насичена мережевими комунікаціями і мережевими структурами, що перебирають на себе ознаки сталих соціальних практик, висувають і нові вимоги до окремих індивідів, які беруть участь у соціальній комунікації. Відтепер участь у «просторі соціальної взаємодії» (Ю. Габермас) все більшою мірою являє собою персональне та потенційно

інтерактивне підключення до глобального інформаційного середовища, яке, своєю чергою, долучає соціального індивіда до нових універсальних норм та стандартів поведінки, нових умов життя і нових обмежень доступу до ресурсів. Як зауважував М. Кастельс, мережі, утворюючи нову соціальну морфологію наших спільнот, одночасно ініціюють логіку змін сутнісних характеристик і властивостей особистості [159].

Чіткого концептуального обґрунтування ця логіка змін до сьогодні не отримала, оскільки сам характер невизначеності та постійної мінливості мережі впливає і на характеристики людини та особистості в мережевому суспільстві. Ще на початку ХХІ століття з'явилося дослідження американського письменника та освітянина Марка Пренскі «Цифрові аборигени та цифрові іммігранти» [239], в якому він визначив особливості двох груп людей – «цифрових аборигенів» (тубільців), які вирости в епоху цифрових технологій і для яких комп'ютери, інтернет та мобільні пристрої є природною частиною життя; та «цифрових іммігрантів» – людей, які народилися і сформувалися як особистості та професіонали до поширення цифрових технологій та змушені були адаптуватися до них пізніше. Для М. Пренскі народження інтернету та його експонентний розвиток – «осьова» подія, що формує обличчя молодого покоління, яке вже інакше сприймає матеріальну і духовну культуру, звичні соціальні та комунікативні патерни і самі суспільні відносини. Для того, щоб висвітлити ці особливості, він вдається до порівнянь поведінки поколінь, народжених до 1990-х і після 1990-х років (їх ще називають «міленіали» або «покоління Y»).

Цифрових іммігрантів (тобто тих, хто народився до 1990-х років) М. Пренскі порівнює із іммігрантами звичайними, які кожен по-різному освоюють нове середовище, але при цьому усі зберігають певні звички та погляди, що базуються на їхньому попередньому досвіді. Ці «цифрові акценти», як показує автор, проявляються, наприклад, у тому, що вони не одразу звертаються до інтернету за інформацією, а спочатку шукають її в інших джерелах, або ж віддають перевагу

читанню інструкції до програми, замість того, щоб досліджувати її самостійно. Їхні способи освоєння нової «мови» цифрових технологій М. Пренскі порівнює з освоєнням іноземної мови в зрілому віці, яка, як доведено вченими, обробляється іншими ділянками мозку, аніж рідна мова [239].

Цифрові тубільці, за спостереженнями М. Пренскі, це ті, що звикли до швидкого отримання інформації та багатозадачності. Їм комфортніше сприймати візуальний контент, аніж текстовий. Вони віддають перевагу навігації за допомогою гіпертексту, а не послідовному читанню. Їхня ефективність підвищується, коли вони працюють у мережі з іншими людьми. Їм подобається отримувати миттєвий результат та часті заохочення. Ігри для них часто є більш привабливими, аніж традиційна робота [239].

І найбільшу проблему автор цієї роботи справедливо вбачає в можливостях освітньої взаємодії цих двох поколінь, адже «викладачі-цифрові іммігранти, які говорять застарілою мовою (мовою доцифрової епохи), намагаються навчати покоління, яке говорить зовсім новою мовою» [239]. Розв'язання цієї проблеми автор бачить у зміні методології та змісту процесу викладання. На нашу думку, можна поширити цю його ідею на інші види соціальних взаємодій: як і в освіті, в інших видах соціальних практик ці взаємодії мають відбуватися не послідовно, крок за кроком, а «паралельно, з більшим випадковим доступом, серед іншого» [239]. Це – про методологію. Зміну змісту М. Пренскі пропонує проводити, переглянувши і ущільнивши базовий навчальний зміст (він називає його «спадковим» і додавши до нього зміст новий («майбутній»). Цей зміст, на думку дослідника, базується на цифрових технологіях і охоплює не тільки програмне та апаратне забезпечення, робототехніку, нанотехнології та геноміку, але й етичні, політичні, соціологічні аспекти, мови та інші сфери, що пов'язані з ними.

Концепція «цифрових тубільців», запропонована М. Пренскі, швидко стала популярною серед педагогів та батьків, чиї діти відповідали цьому визначенню. Згодом ця ідея перетворилася на ефективний маркетинговий інструмент. Про це,

зокрема, пише маркетолог американської компанії Adknowledge, що займається просуванням цифрових медіа: «Віра покоління Y в технології походить від того факту, що ми прожили, по суті, все своє молоде доросле життя у світі, населеному не споживачами, а точками даних. Оскільки міленіали не мають іншої реальності, з якою можна було б порівняти інтернет-епоху, будь-яке відчуття недовіри до технологій або величезної кількості даних, зібраних від користувачів, виникає не з первісної підозри щодо технологій, а, скоріше, як набута підозра від представника старшого покоління. Нас виховували із загальним переконанням, що інтернет і технології, і поширення цих двох сутностей, являють собою вершину людських досягнень» [201].

На нашу думку, ідея Марка Пренскі про «вроджену» обізнаність з технологіями у «цифрового тубільця» має деякі цікаві паралелі з теорією «вроджених граматичних структур» Ноама Хомскі, які полягають у тому, що обидві теорії припускають наявність певної вродженої здатності. Тільки у Н. Хомскі це стосується здатності до вивчення мови, у М. Пренскі – до використання цифрових технологій. Окрім того, обидві теорії стверджують, що діти швидко опановують відповідні навички – мову чи цифрові технології – без явного навчання, просто перебуваючи у відповідному середовищі. Тільки Н. Хомскі говорить про універсальну граматику, спільну для всіх мов, а М. Пренскі натякає на універсальну «цифрову мову», зрозумілу всім «цифровим аборигенам». І, нарешті, обидві теорії є предметом багатьох дискусій та критики в науковому середовищі. Так, теорію Ноама Хомскі критикують за певну абстрактність (не визначено конкретні структури, які стоять за сформульованими ним універсальними граматичними принципами, не врахований соціокультурний контекст, роль навчання тощо). Ідеї Марка Пренскі також зазнають критики за спрощення ситуації та ігнорування інших факторів, що впливають на використання технологій, як-то соціально-економічний статус, освіта тощо.

Важливо відзначити, що стаття, у якій М. Пренскі вперше представив свою концепцію, до сьогодні активно обговорюється в академічній літературі, особливо у

сфері освіти та суспільного здоров'я. Так, огляд, опублікований у 2024 році [216], виявив близько 1900 наукових статей, у яких використовувався термін «цифровий абориген» із середини 2000-х років. Примітно, що значення цього терміну згодом трансформувалося, охоплюючи широкий спектр явищ – від підприємств і стартапів до нових поколінь аборигенів штучного інтелекту. І коли предмет дослідження переміщувався з освіти чи психології на економіку, гендер або расу, розподіл на іммігрантів та тубільців за критерієм «вік» чи «покоління» втрачав свою значимість. Це, наприклад, підтверджують дослідження авторитетного аналітичного центру із США Pew Research Center, пов'язані з готовністю суспільства до масового використання комп'ютерних технологій [194], розумінням значимості та частоти користування соціальними медіа [234] або використання різними поколіннями цифрових гаджетів [275]. Із цих досліджень випливає, що важливими критеріями частоти використання smart-засобів для комунікації, а також форм цієї комунікації (приміром, текстові, чи графічні повідомлення), є не стільки вік, скільки можливості індивіда, пов'язані з його соціально-економічним статусом, расою та етнічною приналежністю, а також доступом до широкопasmового інтернету та смартфонів.

Ще одна важлива заувага на користь інших критеріїв визначення цифрового тубільця, аніж вік, висловлена в роботі американського науковця Ф. Александера, і пов'язана вона з тим, що молоде покоління частіше за людей, яких називають «цифровими іммігрантами», ігнорують питання цифрової безпеки: «Людина з вродженими знаннями цифрового світу розуміла б, що таке захищені мережі, дозволи Facebook, складні паролі, щоб уникнути злову тощо. Але ж дослідження Pew... показують, що 50% молодих людей не використовують налаштування конфіденційності і що майже 40% не розуміють різниці між захищеним і незахищеним спілкуванням. Якщо що, дослідження показують, що молоді люди думають, що їхні батьки краще розуміють питання безпеки і займаються цим за них, що є вірною ознакою того, що їхній статус “аборигенів” цифрової сфери не проходить навіть першого порогу розуміння серйозності цифрового середовища»

[235]. Ф. Александер також наводить приклад сприйняття та опанування комп'ютерних ігор людьми різних поколінь. За його спостереженнями, літні люди, які систематично грають в комп'ютерні ігри, не поведуться інакше, аніж сучасні школярі чи студенти. Тож, не відкидаючи початкову ідею М. Пренскі про «цифрових тубільців» як покоління, народжене і сформоване в епоху інтернету, і допускаючи, що переважна частина молоді, дійсно, швидше опановує сучасні комунікативні засоби, природніше поводитися в соціальних мережах, легше утворює і розвиває мережеві комунікативні спільноти, будемо вважати, що інші фактори мають не меншу вагу. Адже відсутність інтернету чи обмеження в його користуванні через економічні, сімейні, расові та інші настанови формують молоду людину в рамках традиційних комунікативних настанов та приписів, які домінували під час формування «доінтернетних» поколінь.

Тому для характеристики драйверів соціальних змін, тобто суб'єктів, які рухають та змінюють усталений порядок соціальних відносин, більш доцільно, на нашу думку, застосовувати термін «цифрова людина», який своєю назвою завдячує, можливо, відомому наприкінці ХХ століття фантастичному фільму Ф. Рота «Цифрова людина», але отримав нові інтерпретації та визначення і в суспільному, і в науковому дискурсах.

Як зазначає український дослідник О. Дзьобань, в українському мовному та суспільному ужитку поняття «цифрова людина» є відносно новим, і його часто вживають як синонім до понять «інформаційна людина» (*homo informaticus*) та «мережева людина», підкреслюючи залежність сучасної людини від інформаційних технологій та її активну участь у цифровому просторі [37].

Комплексним дослідженням цифрової людини як важливої передумови четвертої промислової революції є відома робота американського фінансового експерта Кріса Скіннера «Людина цифрова. Четверта еволюція в історії людства, яка торкнеться кожного» [102]. Основна ідея книги полягає в тому, що четверта промислова революція, на відміну від попередніх, має потенціал охопити кожну

людину, але для цього необхідно усвідомити виклики та можливості, які вона несе. Людина цифрова, як показує дослідник, – це та, яка завжди живе в реальному часі, оскільки цифрові технології дозволяють їй бути на зв'язку в будь-який час і в будь-якому місці; постійно навчається, адже стрімкі зміни цифрового світу змушують її постійно адаптуватися та освоювати нові знання та навички; створює та споживає цифровий контент, реагуючи як на персональні повідомлення, так і на важливі для її соціальної групи меседжі; усвідомлює цінність своїх персональних даних і вміє створювати на їх основі багато цифрових ідентичностей та образів, має схильність до модернізації та трансформації власного тіла за рахунок генно-біологічних та кібертехнологій.

Але варто зазначити, що цей патерн соціальної поведінки може бути застосований тільки в рамках західної цивілізації, яка знаходиться на високому рівні технологічного та соціального розвитку і стоїть на порозі тієї стадії суспільного розвитку, яку можна характеризувати як цифрове суспільство. Наразі, в залежності від соціально-економічних особливостей різних груп населення світу в соціальних науках прийнято виділяти такі напрямки розвитку соціальної поведінки: 1) західна модель, яка може бути описана в таких поняттях, як *homo economicus* (людина економічна), *homo creator* (людина-творець) та «гедоністична людина»; 2) ісламська модель, сформована «архаїчними» або «позакапіталістичними» уявленнями про цінності та норми соціальної поведінки, 3) цифрова модель, в якій відбувається формування нових патернів поведінки та можлива трансформація психіки людини під впливом цифрових технологій.

Ця третя модель (з *homo digital* як драйвером її розвитку) уже активно конкурує з іншими моделями за місце в соціальній реальності. І для того, аби зрозуміти, як відбувається і за якими сценаріями може проходити адаптація людини до цифрового середовища, як формується її ідентичність у цифровому просторі, як можуть змінюватися соціальні зв'язки та норми, слід, на нашу думку, зупинитися більш детально на таких чинниках, які в рамках однієї соціальної моделі поєднують

реальний та віртуальний світи та сприяють формуванню абсолютно нових соціальних зв'язків та структур. Мова йде про *масове виробництво та споживання інформації, нові практики тілесності та цифрові сліди*.

Як ми вже показали в попередніх розділах, у мережевому суспільстві інформація є основним атомом, який переходить від одного значимого вузла мережі до іншого. Вузлами ж мережі є індивід або будь-який інший соціальний суб'єкт, які накопичують, обробляють, передають, створюють нову інформацію і найголовніше – роблять її фактом Всесвітньої мережі. Тож, генеруючи інформацію, людина змінює стан системи – цю думку послідовно проводили найвідоміші дослідники інформації – К. Шеннон, Н. Віннер, Г. Матурана та Ф. Варела, Н. Луман та інші. Якщо в попередні історичні епохи зв'язок між суспільством та індивідом був досить стійким та інституціоналізованим (наприклад, монархія як інститут визнавалась усіма членами суспільства в частині повноважень щодо управління державою, структури, практик спадкоємства тощо), а відтак прогнозованим, то сучасна ситуація для індивіда через інформаційну надмірність ці інституціональні зв'язки дуже послаблює. Навіть домінантні інформаційні канали XX століття – преса та телебачення – не руйнували інституціональні зв'язки в суспільстві, а укріплювали їх, займаючись поширенням інформації, просвітництвом, формуванням громадської думки (наприклад, через формат редакційних статей у газетах або ток-шоу на телебаченні), об'єднанням суспільства навколо важливих проблем тощо. При цьому інформація, яка надходила з цих та інших джерел переважним чином була односпрямованою. Коли з телеекрану виступає політичний діяч або ж актор, він не отримує моментального фідбеку від глядача, так само як відгук на газетну публікацію був розтягнутим у часі та проходив складний шлях до оприлюднення. Тепер же завдяки інтернет-мережам і в стані суспільства мереж людина отримала такий девайс, який дозволяє не *споживати* інформацію (як у телевізійно-газетну епоху), а *виробляти* її. Причому це виробництво відбувається, навіть коли людина сама особисто не дає ніякого контенту, тобто нічого не пише в мережі. Сам факт

перегляду, перепосту, «лайку», тобто будь-якої реакції, вже включає людину в процес виробництва і поширення контенту. Виробник контенту тепер є тільки початковим автором інформаційного повідомлення різного жанру. Будучи опублікованим, цей контент обростає новими значеннями, коментарями, релятивними посиланнями або запереченнями, а відтак починає жити окремим від його автора життям.

Думку про те, як розвиток цифрових технологій призводить до злиття різних видів медіа та змінює способи, якими люди споживають та взаємодіють з інформацією, розвиває відомий американський медіазнавець Г. Дженкінс у книзі «Конвергентна культура: де зіштовхуються старі та нові медіа» (2006) [196]. Він підкреслює, що в сучасному інформаційному просторі аудиторія відіграє активну роль у створенні та поширенні контенту, а також у формуванні його значення. Г. Дженкінс говорить про «культуру спільної творчості» (культуру участі), де межі між виробниками та споживачами контенту розмиваються. Вивчає явище «продюсерів» (produsers) – людей, які одночасно є виробниками та споживачами контенту – відомий австралійський дослідник А. Брунс. У своїй роботі «Від прозюмпції до продюсажу» (2013) [155] він зазначає, що в умовах інтернету кожен може стати творцем інформації, а контент, який поширюється в мережі, постійно змінюється та доповнюється завдяки внеску багатьох користувачів. Ця робота затверджує розвиток продюсажу (особи, яка одночасно споживає та виробляє контент), як позитивного і важливого фактора розвитку сучасного суспільства. Позитивним наслідком є збільшення рівня демократизації, тобто збільшення кількості людей, залучених у різноманітні соціально-політичні процеси. Користувачі інтернету тепер можуть формувати свою думку на підставі більшого спектру джерел, так само вони можуть висловлювати свою думку і робити це відразу, можуть так само швидко формувати соціальні групи (об'єднання) для розв'язання різноманітних проблем.

Наприклад, в епоху мереж дуже суттєво збільшився ступінь публічності в політиці. Тепер і представники влади, і ті, ким вони управляють, однаково присутні в мережі. Отже, зменшується громадянсько-владна дистанція, яка спричиняє більшу відкритість і доступність еліт та більшу кількість каналів, якими громадяни можуть донести до еліти додаткові думки, оцінки, факти. Стали більш видимими групи, які раніше владними колами ігнорувалися (соціальні меншини), і саме вони почали справляти диспропорційний вплив на політичні рішення. З іншого боку, ці самі меншини стали важливим виборчим електоратом для політиків – їх думку також слід враховувати, а враховуючи, робити на цьому політичний імідж. Змінюється сама структура владної еліти – тепер до влади часто приходять ті, хто знає більше способів залучення електорату через мережі, а «старі» еліти мають враховувати, що їх перебування при владі може бути обмежене. Політичні системи на це реагують по-різному. Якись із них перетворюються на персоналістські автократії (як-то росія, Туреччина чи Іран), а якись, спираючись на інституціональну традицію – трансформуються, висувають зі свого інституціонального середовища «нові обличчя», які відповідають на актуальні суспільні запити.

Серед *негативних наслідків* – підваження традиційних механізмів формування громадської думки та поширення інформації. В умовах, коли кожен може стати виробником інформації, розмивається авторитет таких традиційних інститутів, як медіа, експерти та науковці. Спростовувати або піддавати сумніву достовірність інформації стало набагато легше. Окрім того, як уже було зазначено в другому розділі цієї роботи, алгоритми соціальних мереж часто сприяють тому, що користувачі бачать лише ту інформацію, яка відповідає їхнім поглядам, що призводить до поляризації суспільства та ускладнення діалогу між різними групами. А легкість, з якою інформація поширюється в інтернеті, сприяє поширенню неправдивої інформації, фейків та дезінформації, що може призвести до серйозних соціальних наслідків.

Нові практики тілесності полягають в ідеї нерозривності фізичного тіла, чуттєвого досвіду та концептуальних соціальних конструкцій. Про це, зокрема, пишуть американські соціальні лінгвісти Дж. Лакофф та М. Джонсон [205], спростовуючи декартівську дихотомію тіла та розуму: для них розум є «втіленим», тобто формується та функціонує в тісному зв'язку з тілесним досвідом. А це означає, що наші концепції, категорії та способи мислення так само мають основою фізичну взаємодію людини зі світом. У концепціях та інших умоглядних побудовах така взаємодія, на думку авторів, втілюється в метафоричному та символічному мисленні (наприклад, ми можемо говорити про «сильні аргументи», тому що сила асоціюється у нас з фізичним впливом, або ж біологічний орган серце в символічних побудовах усіма людськими мовами має значення життя, емоцій чи любові). На зв'язок людської поведінки, фізичної реальності та соціального середовища вказує нейробіолог Антоніо Дамасіо [161], демонструючи, що емоції не є перешкодою для раціонального мислення, а навпаки, допомагають нам оцінювати ситуації, робити вибір та приймати рішення. А. Дамасіо вводить поняття «соматичні маркери» – це тілесні відчуття (наприклад, прискорене серцебиття, пітливість), які пов'язані з певними емоційними станами та допомагають нам швидко оцінювати ситуації та приймати рішення.

Активний розвиток технологій наприкінці XX-го та протягом XXI-го століття спонукає науковців досліджувати, як технології трансформують тілесне існування людини і, навпаки, як тілесне впливає на новітні технологічні витвори. Так, Ф. Брей у своїй статті «Теорії технології як розширення людських здібностей» [153] аналізує всвітньо відомі роботи Маршалла Маклуена, Ернста Каппа та Девіда Ротенберга. Маклуенівські типи розширення фізичних та когнітивних функцій окремої людини для персональних та соціальних потреб порівнюються цим автором з ідеями засновника філософії техніки Е. Каппа, який зауважив подібність форм людських органів та технологічних об'єктів, через що виводив і подібність їх функцій або прагнення до розширення їх можливостей. А також із образом людської руки як

символу технологічної діяльності, що розібрав у своїй роботі «and's End: Technology and the Limits of Nature» американський філософ, музикант та письменник Д. Ротенберг. Для Д. Ротенберга, як стверджує Ф. Брей, технологія розширює не тільки людські можливості, але й бажання, наміри та волю: «...коли ми щось створюємо, ми спрямовуємо свої наміри на світ» [153, p.66]. Як висновує у своїй статті А. Косс [204], з усіх цих точок зору випливає, що технології є не просто інструментами, а функціонують як взаємно спрямований процес, активно беручи участь у формуванні людського досвіду та сприйняття кожного окремого тіла та навколишнього світу.

Ще однією важливою ідеєю в контексті концепції нової тілесності є феномен тілесної ілюзії присутності – переживання, яке виникає завдяки взаємодії з віртуальною реальністю (VR) або іншими технологіями, що створюють ілюзію присутності. Цей ефект добре пояснюють в своїй статті Джон Руеда, Франциско Лара та Джеремі Бейленсон [243], доводячи, що завдяки своїй здатності створювати ілюзію реальності, віртуальна реальність має потенціал для: а) посилення емпатії: VR може допомогти людям краще розуміти та відчувати емоції інших, ставлячи їх у віртуальні ситуації, що моделюють реальні життєві обставини; б) поведінкових змін: досвід, отриманий у віртуальній реальності, може впливати на поведінку та прийняття рішень у реальному житті; в) навчання та розвитку навичок: VR створює безпечне середовище для навчання та вдосконалення різних навичок, від водіння автомобіля до хірургічних операцій. Водночас автори звертають увагу на етичні аспекти використання VR, яка може створювати залежність, негативно впливати на фізичне здоров'я і психіку людини, що, зокрема, проявляється в нерозрізненні віртуального та реального світів.

Отже, дослідження феномену «цифрової людини» та її тілесності в сучасному світі виявляє тісний взаємозв'язок між фізичним, психічним та соціальним початками. Цей зв'язок підкреслюється ідеями та їх експериментальним доведенням щодо «втіленого» розуму, «соматичних маркерів», ілюзії присутності. Можна виділити

щонайменше три аспекти соціальної реальності, які трансформуються під впливом цих практик «розширеної тілесності». Так, традиційні суспільні уявлення про освіту та роботу змінюються завдяки використанню VR-технологій: для опанування нових навичок та знань створюється все більше симуляторів, які забезпечують безпечне, контрольоване та ефективне середовище для практики та експериментів, сприяючи кращому засвоєнню матеріалу та розвитку певних вмінь. Трансплантація органів, нові сучасні протези та імпланти не просто поліпшують життя людей з інвалідністю, а й формують нові стереотипні уявлення про «норму» щодо людей з обмеженими фізичними можливостями, що вже впливає на їх соціальну інтеграцію, освіту та працевлаштування. Так само під впливом технологій змінюються суспільні уявлення про «нормальне» тіло та ідентичність. Наразі люди постійно прагнуть вдосконалення своїх фізичних та когнітивних здібностей, шукають різні форми самовираження, і це впливає на формування нових стандартів краси та успіху. Окрім того, розширена за допомогою технологій тілесність потребує створення нового кодексу прав людини в цифровому просторі, пов'язаних із забезпеченням її безпеки, приватності та права на свободу слова. Регулювання та суспільного обговорення потребують також етичні питання, пов'язані з розвитком біотехнологій та штучного інтелекту.

Присутність людини в цифровому світі і можливість її ідентифікації як «людини цифрової» визначається наявністю її *цифрового сліду* – сукупності даних, які людина залишає в інтернеті в результаті своєї діяльності. Це може бути свідомо надана інформація (наприклад, пости в соціальних мережах, коментарі на форумах), а також дані, які збираються автоматично спеціальними мережевими агрегаторами (наприклад, історія пошуку в браузері, IP-адреса). Наразі можна визначити дві піонерські роботи, які розгорнули дослідження теми «цифрового сліду» у двох аспектах. Це робота дослідників Масачусетського технологічного інституту «Цифрові сліди: виявлення туристів за допомогою контенту, створеного користувачами» [184] про свідомо згенерований користувачами інтернету контент та

робота британського маркетолога Тоні Фіша «Мій цифровий слід: двостороння цифрова бізнес-модель, де ваша конфіденційність стане чужою справою!» [177].

У першій з названих вище робіт авторами запропоновано концепцію цифрового «залишення слідів» (digital footprinting), яка полягає у використанні даних, що залишаються користувачами в цифровому просторі (фотографії, коментарі, геолокації тощо), для отримання інформації про їх діяльність, зокрема про туристичні подорожі. Ключові ідеї роботи, які розгорнули подальшу наукову рефлексію щодо свідомо згенерованого користувачами мережі контенту, можна визначити як: ідентифікація людей за критерієм їх активності (подорожі, професійна чи навчальна діяльність, хоббі, споживчі переваги тощо); аналіз поведінки (який дав підстави для удосконалення різноманітних методів обробки даних, як-от геопросторовий аналіз, аналіз тексту, аналіз соціальних мереж); можливі практичні застосування результатів знайомства із запропонованим контентом (приміром, розробка інтелектуальних користувацьких систем у різних сферах споживання, персоналізація послуг, планування розвитку інфраструктури).

Можна передбачити, що метою створення і свідомої публікації контенту в інтернеті і в соціальних мережах є такі стратегії розвитку цифрової людини, як набуття цифрової репутації та створення свого цифрового образу. Цифрова репутація, як показує в своїй роботі Г. Оріггі, є наслідком впливу своєрідного «колективного інтелекту», який базується на взаємодії користувачів, їх оцінках, коментарях та поширенні інформації [228]. Ця репутація може бути як позитивною, так і негативною, але, на відміну від реального життя, вона залежить від дій в інтернеті. Цифрова репутація має свій цифровий слід, який може показати зміну «рівня» репутації. Для звичайної людини «цифрова репутація» важлива при вирішенні якихось соціально значущих питань: наприклад, вона може знадобитися (або зашкодити) людині під час працевлаштування, встановлення особистих контактів та стосунків тощо. Будь-яка зацікавлена особа (наприклад, роботодавець) може використовувати соціальні мережі для визначення цифрової репутації

кандидата і зробити висновки щодо того, скільки часу людина проводить в мережі, яка в неї манера спілкування, ставлення до проєктів тощо. «Цифровий образ людини» – це різновид образу, який створюється в результаті: а) її активних дій в соціальних мережах (ця інформація дозволяє скласти уявлення про особистість людини, її коло спілкування, цінності, погляди та спосіб життя), б) пошукових запитів, аналізу покупок та сервісів, якими вона користується через інтернет (ці дані розкривають інтереси, вподобання, потреби та поведінку людини в інтернеті), в) публікаційної активності (статті, блоги, коментарі, фотографії, відео, музика та інші види контенту опублікованого в інтернеті контенту дає уявлення про творчі здібності, професійні навички, експертність та світогляд людини).

Робота Тоні Фіша «Мій цифровий слід...» показує, що будь-який користувач інтернету, здійснюючи різноманітні види активності, несвідомо залишає спеціальні «мітки», які можуть бути відстежені, проаналізовані, трансформовані та оброблені будь-яким чином. І ці мітки (пізніше вони отримали назву «пасивний цифровий слід»), з одного боку – цінний актив, який компанії можуть використовувати для отримання прибутку, а з іншого – велике джерело різноманітних етичних проблем, пов'язаних з порушеннями конфіденційності цифрової інформації користувачів. Т. Фіш описує двосторонню бізнес-модель, у рамках якої компанії збирають цифрові сліди користувачів, а потім використовують цю інформацію для продажу товарів та послуг або для продажу самої інформації іншим компаніям. Етична сторона цієї теми, якій автор також приділяє значну увагу, пов'язана із суб'єктами користування цифровим слідом, питаннями регулювання збору та використання цієї інформації та захисту користувацької конфіденційності [177].

У розвиток цього напрямку досліджень цифрового сліду К. Фехер у 2019 році провела дослідження щодо онлайн-стратегій розміщення інформації користувачами в інтернеті [176]. У результаті дослідження вона дійшла висновку, що наслідки розміщення інформації в соціальних мережах можуть бути непередбачуваними: лише 70% інформації залишається під контролем користувача, а 30% дій не

підлягають контролю самими користувачами і можуть бути використані сторонніми особами або зловмисниками, зокрема з метою вчинення протиправних дій.

Отже, використання цифрових слідів користувачів інтернету та соціальних мереж підводить нас до необхідності визначення суб'єктів, які є бенефіціарами цієї інформації. Збирачами та замовниками такої інформації зазвичай є представники певних професійних спільнот (маркетологи, соціологи, співробітники правоохоронних органів, психологи, фінансисти тощо). Використання даних цифрового сліду дозволяє фахівцям визначати споживацькі потреби людей, прогнозувати попит на товари певної категорії, напрямки міграції. Завдяки вивченню цих даних спеціалісти роблять висновки про інтереси окремих спільнот та соціальних груп, складають рейтинги та порівняння (наприклад, з'ясовують рейтинг лікарень, шкіл, лікарів, підприємств тощо). Попри те, що вся ця інформація найчастіше збирається без відома та дозволу її власника, це не робить цифровий слід однозначно негативним фактором, який необхідно усувати. У багатьох випадках відстеження цифрового сліду допомагає в прогнозуванні соціально-економічної поведінки спільнот і дозволяє уникати певних проблем. Окрім того, цифрові сліди стають невід'ємною частиною соціального життя і позначаються на функціонуванні суспільних інститутів.

Приміром, у нашій країні важливим інструментом для модернізації державного управління та розвитку громадянського суспільства є єдиний портал державних послуг «Дія». Він дає можливість отримувати багато державних послуг онлайн, не виходячи з дому. Це значно спрощує та прискорює процес отримання необхідних документів та послуг, особливо для людей з обмеженими можливостями або тих, хто проживає у віддалених регіонах, заощаджує час на відвідування державних установ та черги, зменшує можливість для зловживань та корупції, оскільки всі операції фіксуються в електронному вигляді.

Дуже важливою є цифрова присутність у мережі, а отже, і позитивна цифрова репутація, для підприємств і бізнесу. Сьогодні компанії, що займаються торгівлею

або наданням послуг, масово переходять в онлайн. Показовим прикладом бізнес-утворень, які офіційно і відкрито фіксують цифровий слід користувачів, є різноманітні маркетплейси – онлайн-платформи, які об'єднують продавців та покупців, забезпечуючи їм простір для здійснення торговельних операцій. Інформація, яку вони збирають від своїх користувачів з метою персоналізувати послуги, включає: переглянуті товари, пошукові запити, історію покупок, відгуки та оцінки про придбаний товар, контакти продавця, персональні дані учасників тощо. Google та Facebook – платформи, на яких цифрова людина найчастіше і найбільше залишає своїх цифрових слідів, отримуючи навзаєм покращені сервіси від цих платформ, як-от персоналізація та релевантність контенту, а також таргетована реклама, яка відповідає потребам чи уподобанням споживачів.

Сучасна цифрова людина використовує цифрові сліди і при плануванні особистої комунікації. Дослідження показують, що 7 із 10 молодих людей, знайомлячись, завжди переглядають соціальні мережі один одного. Як правило, ці люди не мають жодних спеціальних навичок; вони використовують прямі перегляди, без використання методів машинної обробки інформації та комп'ютерних програм. Відвідавши сторінку такого користувача, можна визначити, де людина була, чи є спільні знайомі, дізнатися про її інтереси, рівень добробуту, поведінкові звички тощо. Не менш важливо, що інші люди пишуть про когось в інтернеті (це пасивні цифрові сліди). Їх також можна знайти та проаналізувати без використання спеціальних програм, але витративши певний час на аналіз сторінок друзів, читання коментарів під постами, вивчення хештегів тощо.

Отже, цифровий слід людини в інтернеті робить комунікацію більш прозорою, публічною та формалізованою, що, відповідно, відбивається на загальних уявленнях про соціальну норму та інституціональну комунікацію. Окрім того, він стає частиною особистої ідентичності людини в цифровому просторі, і соціальна норма формується вже з урахуванням таких критеріїв, як цифрова репутація та цифровий образ.

Таким чином, для того, щоб зрозуміти, хто є суб'єктом новітніх соціальних змін у мережевому суспільстві, та рівень його інституціоналізації, ми розглянули концепцію, в якій в якості основного критерію нової людини було обґрунтовано вік. Автор концепції Марк Пренскі показав, що люди, які народилися в епоху мереж і розвивалися, сприймаючи інформаційно-комп'ютерні технології як природній інструмент розвитку («цифрові тубільці»), мають «вроджену» цифрову природу, яка змінює їх соціальну поведінку і формує нові види соціального групування, що можуть навіть входити в суперечність із соціально-інституціональним порядком людської спільноти. Але більш пізні дослідження довели, що цифровізація людини не детермінована віком, а залежить від економічних, етнічних, гендерних факторів та доступу до широкопasmового інтернету. Тож для опису суб'єкта інституціональних змін у мережевому суспільстві більш доцільно обрати термін «цифрова людина», концептуалізація якого триває до сьогодні і який співвідноситься із поняттями «людини інформаційної» чи «людини мережевої». На нашу думку, важливими підставами ідентичності людини в цифровому просторі, що змінює загальноприйняті соціальні зв'язки та норми, є такі фактори, як здатність до масового виробництва та споживання інформації, нові практики тілесності та можливість залишати цифрові сліди.

Під масовим виробництвом та споживанням інформації ми розуміємо не лише створення оригінального контенту (текстів, зображень, відео, яке в доінтернетну епоху було прерогативою обмеженого кола спеціально навчених людей), але й будь-яка взаємодія з ним в мережах – перегляд, перепост, «лайк», коментар. Цей феномен отримав назву «продюсаж» (produsage), що позначає об'єднання в одній особі виробника та споживача контенту. Він є позитивним фактором розвитку сучасного інформаційного суспільства, сприяючи демократизації та залученню більшої кількості людей до соціально-політичних процесів. Серед негативних наслідків дії цього фактора – підваження традиційних механізмів формування громадської думки, розмивання авторитету таких традиційних комунікативних інститутів, як медіа та

експертно-наукове середовище, розповсюдження недостовірної інформації та фейків.

Нові практики тілесності, що формуються під впливом нових технологічних витворів та завдяки поширенню феномена тілесної ілюзії присутності, утверджують новий якісний зв'язок між фізичним, психічним та соціальним початками людини та впливають на традиційні уявлення про освіту, роботу, соціальну інтеграцію, тіло та ідентичність, права людини та етичні норми.

Залишення свідомих та несвідомих цифрових слідів у мережі також змінює інституціональні приписи та трансформує суспільні інститути в позитивному та негативному (ризикованому) напрямках. З одного боку, користувачі мереж мають змогу отримувати найбільш релевантні товари та послуги з боку товарних та інформаційних сервісів, органів державного управління, уникати певних проблем соціально-економічного розвитку. З іншого, ці самі цифрові сліди можуть бути використані для дискримінації певних груп людей або ж маніпулювання їх поведінкою людей та впливу на їх рішення.

Висновки до розділу 3

Для фіксації та осмислення способів та видів трансформацій соціальних інститутів у мережевому суспільстві розглянуто роль освіти, науки, інших соціально-комунікативних інститутів та цифрової людини у формуванні інформаційного простору. Виявлено, що освіта та наука відіграють ключову роль у **формалізації** інформаційного простору мережевого суспільства, надаючи структуру та порядок величезним обсягам даних. Соціально-комунікативні інститути виступають **генераторами** змін у суспільстві мереж, створюючи нові форми взаємодії та комунікації. Цифрова людина є активним **генератором** контенту та інформації, що впливає на формування інформаційного простору.

Показано, що освітньо-науковий континуум є тим видом соціальних та інституційних практик, який дозволяє обробляти та упорядковувати величезні обсяги інформації, з якими стикається сучасна людина. Цей континуум, що поєднує в собі освітні установи та наукові центри, забезпечує комплексну систему підтримки, яка дозволяє людині не лише отримувати знання, але й розвивати навички, необхідні для успішної навігації в складному інформаційному середовищі. Насамперед освітні установи закладають фундамент, формуючи базові навички критичного мислення, аналізу та синтезу інформації. Окрім засвоєння за допомогою освітніх практик базових навичок роботи з інформацією, у сучасному цифровому світі освіта надає можливість людині розвивати цифрову грамотність, опановувати цифрові інструменти та ресурси, а також формує етичні аспекти їх застосування. Наука, зі свого боку, надає методи та практики, що дозволяють систематизувати та впорядковувати інформацію. Наукові дослідження, що базуються на принципах об'єктивності, доказовості та відкритості, створюють надійні знання, які можна використовувати для подальшого розвитку. Освітні й наукові установи також забезпечують інституціональну підтримку, надаючи інфраструктуру та ресурси, необхідні для обробки і зберігання інформації, як-от бібліотеки, архіви та бази даних.

Крім того, освітньо-науковий континуум сприяє формуванню соціальних норм та цінностей, пов'язаних з інформацією. Навчання академічній доброчесності, етичному використанню інформації та повазі до інтелектуальної власності є важливими складовими освітнього процесу, що допомагають людині стати відповідальним та компетентним учасником інформаційного суспільства.

Доведено також, що соціально-комунікативні інститути, діючи в межах інституціональних практик, є потужними суб'єктами інформаційних і суспільних змін. Їхня здатність до адаптації, інновацій та реагування на виклики сучасного світу, проаналізовані за методологією VUCA (волатильність, невизначеність, складність, амбівалентність), визначає їхню роль у формуванні інформаційного простору і трансформації суспільства.

В умовах волатильності, коли світ швидко змінюється, соціально-комунікативні інститути демонструють високу здатність до швидкої адаптації до нових технологій та змін у суспільних звичках. Вони створюють нові форми і платформи для суспільної взаємодії, генерують нові бізнес-моделі та джерела доходів. Приклади нових медіа та інтернет-бізнесу показують, як швидко ці феномени набувають інституційних ознак, реагуючи на соціальну нестабільність і формуючи нові стандарти поведінки. В умовах невизначеності, коли майбутнє важко передбачити, соціально-комунікативні інститути проявляють гнучкість та швидкість реагування на зміни. Вони здатні до колективних дій для подолання загроз та забезпечують відкритий доступ до інформації, підвищуючи довіру до інститутів. Приклад мілітаризації в українському суспільстві демонструє, як інститути змінюються під впливом зовнішніх загроз, формуючи нові соціальні патерни та готовність до колективних дій. В умовах складності, коли проблеми стають все більш багатограними, соціально-комунікативні інститути демонструють здатність до змін, стимулюють соціальне різноманіття поглядів. Вони створюють умови для вільного циркулювання інформації, сприяючи формуванню системного мислення. Реакція глобальної освітньої системи на пандемію COVID-19 показала здатність до швидкої адаптації та використання різноманітних інструментів. Інструменти управління, як-от відкриті дані та громадський контроль, демонструють важливість вільного обміну інформацією. В умовах амбівалентності, коли існують суперечливі тенденції, соціально-комунікативні інститути враховують складність системи, культурні впливи та особистісні характеристики. Вони шукають баланс між різними факторами, що впливають на їхню діяльність.

З'ясовано, що активним трансформатором інституціональних практик та суб'єктом формування нових соціальних реалій є цифрова людина. Її здатність до масового виробництва та споживання інформації, нові практики тілесності та цифрові сліди створюють як можливості, так і виклики для сучасного суспільства. Масове виробництво та споживання інформації розглянуто нами через феномен «продюсажу», який дозволяє кожному створювати контент, демократизуючи

інформаційний простір. Це змінює такі традиційні інститути, як медіа та освіта, де користувачі стають активними творцями та розповсюджувачами знань. Однак це також створює виклики, пов'язані з поширенням недостовірної інформації та фейків, що вимагає розвитку медіаграмотності та критичного мислення. Нові форми взаємодії фізичного та віртуального світів впливають на сприйняття ідеї тілесності, зокрема на традиційні уявлення про освіту, роботу та соціальну інтеграцію. Цифрова людина активно використовує цифрові інструменти для самовираження та соціальної взаємодії, що призводить до змін у культурних нормах та цінностях. Це створює нові виклики для інституційних практик, пов'язані з етичними питаннями та захистом прав людини в цифровому просторі. Крім того, цифрова людина залишає свідомі та несвідомі цифрові сліди, які стають цінним джерелом інформації для інституцій. Цифрові сліди використовуються для персоналізації послуг, аналізу поведінки користувачів і прийняття рішень. Це призводить до змін у бізнес-моделях і практиках державного управління, де дані стають ключовим ресурсом. Однак це також створює ризики, пов'язані з конфіденційністю та безпекою даних, а також можливістю маніпулювання поведінкою користувачів.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було з'ясовано, як інформація, що циркулює через соціальні та медіамережі, впливає на соціальні зміни, переформатовує соціальні структури, змінює суспільні цінності та норми, а також формує нові способи соціальної взаємодії та організації.

За результатами проведеного дослідження сформульовано наступні висновки:

1. Аналіз еволюції поняття «інформація» від технічного феномену до ключової соціокультурної категорії в контексті змін суспільних парадигм показав перехід від технічного розуміння інформації (яка є основою для «суспільствотвірних» технологій) до її розуміння як рушійної сили змін. Визначено також, що фактор інформації став ключовим у формуванні суспільних парадигм, оскільки він трансформує економіку, соціальні відносини і культуру (сфери, що відповідають за основний ресурс та спосіб виробництва), а також впливає на трансформацію суспільних інститутів (стійких форм організації та регулювання суспільного життя, які виникають для задоволення основних потреб суспільства).

2. У процесі дослідження методологічних засад мережевого суспільства було проаналізовано ключові концепції М. Маклуена, М. Кастельса та Я. ван Дейка. Виявлено, що ці теорії, попри їхню еволюцію, інтегруються в єдину аналітичну рамку. Так, ідеї М. Маклуена про технологічний детермінізм і «глобальне село» заклали фундамент для розуміння того, як технології формують соціальні структури; концепції М. Кастельса та Я. ван Дейка розвинули ці засади, визначивши мережі як нові принципи соціальної організації, де комунікація стає основою виробництва, влади та соціальних взаємодій. Синтез цих підходів дозволив визначити основні характеристики мережевої організації, зокрема мережевий індивідуалізм, колективний інтелект та культуру конвергенції.

3. У рамках трьох ключових методологічних підходів – функціонального, інституціонального та комунікативного – систематизовано сучасні концепції

соціального інституту. Цей аналіз дозволив сформуванати цілісне розуміння об'єкта дослідження, об'єднавши різні аспекти його природи. Функціональний підхід розглядає соціальний інститут як стабільну, жорстку структуру, що підтримує соціальний порядок та передбачуваність. Він пояснює, чому інститути є основою суспільного життя. Інституціональний підхід доповнює функціоналізм, наголошуючи на динамічності та процесуальності інститутів. Згідно з цією концепцією, вони не є статичними, а постійно формуються та відтворюються через безперервну людську взаємодію та соціальне конструювання. Комунікативний підхід розширює це розуміння, розглядаючи інститути як продукт і середовище комунікації. Окрім того, ключові характеристики соціального інституту, як-то стабільність і функціональність (функціоналізм), динамічність і конструювання (інституціоналізм), комунікативна природа (комунікативістика), продовжуються розглядом соціальних інститутів у рамках мережевого підходу, який презентує їх як складні інформаційні системи, що адаптуються до нових умов, підкреслюючи, як цифрові технології та мережеві взаємодії змінюють їхню природу та функціонування.

4. Обґрунтовано, що інформація в мережевому суспільстві є ключовим ресурсом та рушійною силою інституціональних змін, що трансформує традиційні інститути сім'ї, обрядовості, освіти, релігії, політики та економіки. Інститут сім'ї відходить від традиційного господарського союзу до моделі психологічної підтримки, де інтернет стає джерелом емоційної близькості та сприяє виникненню нових форм стосунків. У сфері обрядовості інформація породжує нові мережеві ритуали, а освіта переходить у вимір комунікації, змінюючи ролі учасників та сприяючи поширенню нових педагогічних теорій на кшталт конективізму. Релігійні та політичні інститути, у свою чергу, використовують мережі як домінуючий канал взаємодії, що дозволяє залучати широке коло людей до обговорень і сприяє зростанню індивідуального релігійного досвіду, виникненню електронного урядування та зміцненню громадянського суспільства. В економіці цей процес

проявляється у виникненні цифрової економіки, зміні форм праці та посиленні ролі цифрових платформ. В основі всіх цих трансформацій лежить розуміння інформації як нового ресурсу, що конкурує з такими традиційними ресурсами, як сировина та енергія, і нерідко замінює їх.

5. Владу мереж розглянуто як інструмент трансформації соціальних інститутів, яка відбувається через механізми медіаманіпуляцій та конструювання контрзнання. Обґрунтовано, що соціальна влада змістилася від контролю над ресурсами до контролю над інформацією та увагою, що робить її більш гнучкою і всепроникною. Медіаманіпуляції, зокрема, застосовують такі техніки, як створення симулякрів (за Ж. Бодріаром) та інформаційна імплізія, які руйнують цілісне сприйняття реальності, що, своєю чергою, змінює традиційні механізми формування норм та прийняття рішень. Маркетингові технології (персоналізація, інтерактивність) підтримують цей процес, створюючи «інформаційний комфорт», що знижує рівень критичного мислення людей, а неформальна комунікація в соціальних мережах сприяє поширенню неперевіраних суджень – так званого «контрзнання». Останнє має властивості «соціального клею» і виступає потужною рушійною силою, яка впливає на формування суспільної думки, особливо в часи соціальних криз, і тим самим змінює етичні та політичні основи соціальних інститутів.

6. Обґрунтовано кореляційний зв'язок між індивідуальною психофізіологічною проблемою – «інформаційним голодом» – і суспільним наслідком – підривом легітимності соціальних інститутів. Доведено, що «інформаційний голод» є не просто прагненням до надмірного споживання інформації, а глибинною психофізіологічною потребою, що не може бути задоволена. Цей феномен призводить до індивідуальної кризи ідентичності, яка проявляється у втраті сенсу, невизначеності та відчутті неконтрольованості власного життя. Ці індивідуальні проблеми особистості стають потужними факторами, що впливають на функціонування та легітимність соціальних інститутів. Постійний пошук інформації та її надмірне споживання в цифровому середовищі, посилене

анонімністю та алгоритмами, ведуть до соціальної поляризації та емоційного розколу суспільства. В умовах «інформаційного голоду» люди схильні шукати не об'єктивну інформацію, а ту, що підтверджує їхні вже сформовані переконання, що, своєю чергою, знижує їхню довіру до таких традиційних соціальних інститутів, як медіа.

7. Доведено роль освітньо-наукового континууму як ключового механізму формалізації та систематизації інформаційного простору і формування соціальних норм для відповідального і компетентного учасника мережевого суспільства. На відміну від традиційного сприйняття освіти та науки як окремих інститутів, у даній роботі вони розглянуті в єдиному, взаємопов'язаному полі практик. Цей континуум не лише допомагає впорядковувати величезні обсяги інформації, але й формує нові навички, необхідні для успішної навігації в цифровому світі: освіта тепер не лише передає знання, а й навчає цифровій грамотності та етичним аспектам роботи з інформацією, стаючи фундаментом для критичного мислення та дозволяючи відрізняти надійні дані від дезінформації; наука розширює свою роль, надаючи методи та інструменти для систематизації та верифікації знань, а її принципи об'єктивності та доказовості стають ключовими механізмами, що допомагають упорядкувати інформаційний хаос.

8. Доведено, що активними суб'єктами адаптації до змін є соціально-комунікативні інститути – саме вони формують нові практики та норми в суспільстві мереж. На відміну від традиційних підходів, які можуть розглядати ці інститути як генератори змін у стабільному середовищі, наше дослідження показує, як їхня адаптивна роль у VUCA-середовищі (характеристики кризового суспільства в стані волатильності, невизначеності, складності та амбівалентності) є ключовою для суспільної трансформації. В умовах волатильності інститути демонструють швидкість реакції та інституційну гнучкість, створюючи нові платформи та бізнес-моделі, які у свою чергу задають нові стандарти поведінки. В умовах невизначеності їхня здатність до колективної дії та забезпечення відкритого доступу до інформації є

не лише реакцією на загрози, а й можливістю формувати нові соціальні патерни, як це видно з прикладу мілітаризації українського суспільства. В умовах складності соціальні інститути стають механізмами, що стимулюють різноманіття поглядів і сприяють формуванню системного мислення. У відповідь на амбівалентність вони вчаться враховувати множинність факторів, шукаючи баланс між суперечливими тенденціями. Таким чином, їхня адаптація є не просто виживанням, а творчим процесом, що активно формує нове обличчя суспільства.

9. Концептуалізовано поняття «цифрової людини» як ключового агента інституціональних змін у мережевому суспільстві. На відміну від ранніх теорій, що визначали цифрову ідентичність лише за віковим критерієм («цифрові тубільці» vs. «цифрові мігранти»), доведено, що цифровізація є процесом, який залежить від багатьох факторів (економічних, етнічних, гендерних тощо). Такий підхід дозволяє розглядати «цифрову людину» як нову соціальну одиницю, чия поведінка безпосередньо спричиняє трансформацію інститутів. Виявлено три основні механізми, за допомогою яких цифрова людина виступає агентом змін: «продюсаж» змінює традиційні інститути медіа та науки, демократизуючи інформаційний простір та кидаючи виклик їхньому монопольному авторитету; нові практики тілесності трансформують уявлення про освіту, роботу, соціальну інтеграцію та ідентичність; «цифрові сліди» стають новим ресурсом, що, з одного боку, дозволяє інститутам персоналізувати послуги, а з іншого – створює ризики для конфіденційності та маніпуляцій, вимагаючи нових правил та норм.

Проведене дослідження закладає основу для подальшого аналізу ролі інформації в трансформації суспільства. Виходячи з отриманих висновків, майбутні дослідження можуть бути зосереджені на вивченні глибшого взаємозв'язку між індивідуальними та інституційними змінами. Це включає аналіз того, як штучний інтелект, що є логічним продовженням процесів «цифрової людини», «продюсажу» та «контрзнання», впливає на інституційну стабільність. Актуальним залишається і

дослідження впливу «інформаційного голоду» на політичні процеси, а також пошук механізмів відновлення довіри до інститутів в умовах інформаційного хаосу.

Крім того, є потреба в детальнішому вивченні ролі освітньо-наукового континууму в протидії сучасним інформаційним загрозам, зокрема інфодемії та гібридним війнам. Це дозволить розробити практичні рекомендації щодо формування «інформаційного імунітету» суспільства. Також перспективним є аналіз трансформації тілесності та ідентичності у мережевому суспільстві, а також того, як усвідомлене та неусвідомлене залишення цифрових слідів впливає на соціальну відповідальність та етичні дилеми, що є новими викликами для філософської думки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бауман З. Плинні часи: життя в добу непевності; пер. з англ. А. Марчинського. Київ : Критика, 2013. 176 с.
2. Бевзенко Л. Парадигма складності в соціологічному теоретизуванні та культура метамодерну – контури взаємної легітимації. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2022. № 1. С. 45–82. URL: <https://doi.org/10.15407/sociology2022.01.045> (дата звернення: 01.02.2025).
3. Бевзенко Л., Злобіна О. Волонтерство в умовах інституційних та структурних змін: генеза й агентні впливи. *Український соціологічний журнал*. 2021. № 26. С. 27–38.
4. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія* / Упоряд. В. Лях. Київ : Либідь, 1996. С. 194–251.
5. Білан Н. Концептуальні підходи до нових медіа як різновиду соціальних комунікацій. *Освіта регіону*. 2016. № 1. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1358> (дата звернення: 25.01.2025).
6. Близнюк А. Хто придумав перший сайт в інтернеті. *Укрнеймс.БЛОГ*. 2019.11.11. URL: <https://blog.ukrnames.com/novosti/hto-pridumav-pershiy-sayt-v-interneti> (дата звернення: 12.01.2025).
7. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція; пер. з франц. В. Ховхуна. Київ : Основи, 2004. 230 с.
8. Борінштейн Є.Р., Городнюк Л.С. Філософсько-антропологічний феномен Номо Digitalis як онтологічної системи «людина – гаджет». *Дослідження з історії і філософії науки і техніки*. 2024. № 1(33). С. 2-24. URL: <https://doi.org/10.15421/272402> (дата звернення: 11.06.2025).
9. Борінштейн Є.Р., Пальчинська М.В., Арапакі М.В. Людина метамодерну: соціокультурна трансформація & віртуалізація. *Перспективи. Соціально-політичний журнал*. 2024. № 1. URL: [медіаманіпуляції](#) (дата звернення: 11.06.2025).
10. Бородіна Д.Л. Концепція соціального конструювання реальності П. Бергера і Т. Лукмана як інтерпретаційна схема дослідження іміджу міста. *Науково-*

теоретичний альманах *Грані*. 2014. № 17(10). С. 80-84. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/695> (дата звернення: 12.02.2025).

11. Бродецька Ю.Ю. Практики деформації цілісності соціальної реальності: об'єктивація бажань як спадщина цивілізаційного прогресу. *Антропологічні виміри філософських досліджень*. 2014. Вип. 6. С. 71–80. URL: <https://ampr.ust.edu.ua/article/view/35668/37847> (дата звернення: 28.01.2025).

12. Бурдье П'єр. Практичний глузд. Київ : Український Центр духовної культури, 2003. 503 с.

13. Василенко В.Ю. Особливості використання спеціалізованих соціальних мереж та платформ для науковців. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*. 2022. Грудень С.18–20. URL: <https://jpasmd.donnu.edu.ua/article/view/12900> (дата звернення: 15.01.2025).

14. Вебер Й., Кропман В. Фактчекінг: Ні, Путін не схиляв коліна перед Сі. *DW*. 23.03.2023. URL: <https://www.dw.com/ru/faktceking-net-putin-ne-preklonal-koleni-pered-si-czinpinom/a-65094729> (дата звернення: 15.01.2025).

15. Вебер М. Господарство і суспільство. Київ : Всесвіт, 2012.

16. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика; перекл. з нім., післям. та комент. О. Погорілого. Київ, 1998.

17. Вернадський В. І. Наукова думка як планетне явище. *Хроніка-2000*. – 2004. Вип. 57/58. С.11–211.

18. Войнова Е.О. Концепція мережевого суспільства як структурно-функціоналістська основа теорії електронної демократії. *Політикус*. 2021. Випуск 1. С. 12-19. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-1.2> (дата звернення: 15.09.2024).

19. Войтович Р. Мережеве суспільство як нова форма соціальної організації в умовах глобалізації. *Політичний менеджмент*. 2010. № 5. С. 3–18.

20. Ворожейкін Є. П. Соціальні мережі та месенджери як засоби громадянської самоорганізації в період російсько-української війни. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal*

aspects. Riga : Baltija Publishing. 2022. С. 1341–1344. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-169> (дата звернення: 10.02.2025).

21. Воронова Н. І. Антропологічна модальність інформаційно-мережевої культури. *Цифрове суспільство як культурно-історичний контекст розвитку людини: збірник наукових статей*. 2016. С. 73–77.

22. Габермас Ю. Залучення іншого: студії з політичної теорії; пер. з нім. А. Дахнія. Львів : Астролябія, 2006. 416 с.

23. Габермас Ю. Модерн – незавершений проєкт. Бібліотека «Гумер». URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Article/Hab_Modern.php. (дата звернення: 10.10.2024).

24. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії громадянське суспільство; пер. з нім. Львів : Літопис, 2000. 317 с.

25. Гавва О.В. Неакадемічні форми філософської комунікації у розвитку теоретичної думки : дис... докт.філос. 033. Київ, 2023. 240 с.

26. Гарматій О. Громадський сектор як провідний гравець сучасного поля медіаосвітньої діяльності. *Наукові записки інституту журналістики*. 2018. Т. 2 (71), С.32–43.

27. Гобсбаум Е. Винайдення традиції; пер. з англ. М. Климчука. Київ : Ніка-Центр, 2005.

28. Головченко Г. Медіаосвітня діяльність в Україні: аналіз нормативно-правового забезпечення. *Освітологічний дискурс*. 2020. № 3. С. 19–36. URL: <https://doi.org/10.28925/2312-5829.2020.3.2> (дата звернення: 01.02.2025).

29. Голубович І.В. Час, хаос і космос Іллі Пригожина. *Інтегративна Антропологія*. 2004. № 2(4). С. 28–32. URL: https://files.odmu.edu.ua/anthropology/2004/02/a042_28.pdf (дата звернення: 13.01.2025).

30. Гурова І.В. Мережеве суспільство як новітній глобальний проєкт розвитку людства. *Humanistic expertise as a strategy for developing the future culture*. Riga : Baltija Publishing, 2022. С. 43–66. URL:

<http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/276/7542/15717-1?inline=1>
(дата звернення: 08.01.2023).

31. Данильян О., Дзьобань О. Дослідження соціальних комунікацій: евристичний потенціал моделей Н. Лумана та К. Шеннона. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія, 2025. № 1 (64). С. 8-25. URL: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.64.324488> (дата звернення: 08.08.2025).

32. Данько Ю.В., Сакун А.В. Теоретичні аспекти використання соціальних мереж в освіті. *Іноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості* : І Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 17 листопада 2020 р. Київ : КНУТД, 2020 р. С. 79–83. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17435/1/Innovatyka2020_P079-083.pdf (дата звернення: 18.04.2025).

33. Дацюк С. Декларація громад людства. *Хвиля*. 10.04.2014. URL: <https://hvylya.net/analytics/society/deklaratsiya-obshhin-chelovechestva.html>. (дата звернення: 11.11.2024).

34. Дзігора К. Р. Соціальні мережі як частина постмодерністської дійсності. *Соціокультурні трансформації та геополітичні виклики в умовах багатопольного світу* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 2022, Національний торговельно-економічний університет.

35. Дзьобань О.П., Жданенко С.Б. Від «інформаційного суспільства» до «інформаційної безпеки»: до проблеми концептуалізації сутності понять. *Інформація і право*. № 2019. № 2(29). С. 60–73. URL: https://ippi.org.ua/sites/default/files/9_12.pdf (дата звернення: 28.10.2024).

36. Дзьобань О.П. Сучасний віртуальний простір: конгеніальність віртуальності й міфу. *Стратегічні пріоритети*. Серія: «Філософія». 2017. № 3. С. 163–170.

37. Дзьобань О.П. Цифрова людина як філософська проблема. *Інформація і право*. 2021. № 2 (37). С. 9–19. URL: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2021.2\(37\).238330](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2021.2(37).238330) (дата звернення: 05.11.2024).

38. Друкер П. Виклики для менеджменту XXI століття. Київ : КМ-БУКС, 2020.
39. Дюркгейм Е. Про поділ суспільної праці; пер. з фр. З. Борисюк. Київ : Основи, 1995.
40. Економіст (журнал). *Вікіпедія* URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82_\(%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82_(%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB)) (дата звернення: 05.12.2024).
41. Жан М., Бланшар Б., Гравель Г., Ліндаль Ч., Дуазе К. Метапізнання та навички навчання. *Юридичний посібник з написання. LibreTexts*. Українська, 2022. URL: <https://surl.li/gzohes> (дата звернення: 10.12.2024).
42. Заверуха Ю. Г., Печенізька С. С., Сілютіна І. М. Дистанційне навчання як стратегічна відповідь на виклики російсько-української війни: аналіз ефективності та можливостей. *Академічні візії*. 2023. № 26. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/812> (дата звернення: 18.02.2025).
43. Зайко Л. Я. Мас-медіа як чинник формування суспільної свідомості: соціально-філософський аналіз : дис... канд. філос. наук: 09.00.03. Житомир, 2019. 204 с.
44. Зернецька О. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. ІФ Кураса НАН України*. 2014. № 4-5. С. 130–141.
45. Зернецька О. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації. *Політичний менеджмент*. 2009. № 2. С. 13–26.
46. Зінченко В. Глобальні інституційні трансформації та сучасні освітньо-наукові стратегії для парадигми стійкого розвитку суспільства. *Схід*. 2022. Вип. 3(2).С.49–61. URL: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3\(2\).263729](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3(2).263729) (дата звернення: 18.01.2023).
47. Індсет А. Квантова економіка. Київ: ArtHuss, 2020. С. 166–175.
48. Картунов О. Ідеї прийдешнього інформаційного суспільства та суспільства знань у творчій спадщині Френсіса Бекона. *Політичний менеджмент*. 2007, № 1. С.

48–55. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kartunov_idei.pdf (дата звернення: 18.01.2025).

49. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Київ : Ваклер, 2007.

50. Колінько М.В. Топос як поняття соціальної топології. *Multiversum. Philosophical almanac*. 2018. Issue 3–4 (165–166). URL: <https://doi.org/10.35423/2078-8142.2018.3-4.03> (дата звернення: 28.10.2024).

51. Коломієць С.В. Категорії синергетики в економічних дослідженнях: нелінійність соціально-економічних систем. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Т. 31 (70), № 3. С. 191–197. URL: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-3-66> (дата звернення: 12.11.2024).

52. Колотілова Н.А. Формальна та неформальна логіка в SPOD та VUCA-світах. *Політологічний вісник*. 2024. № 93. С. 54–63. URL: <https://doi.org/10.17721/2415-88IX.2024.93.54-63> (дата звернення: 02.03.2025).

53. Комар О. Ефект ехокамери у персональній комунікації у російсько-українській війні. *Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи: Х Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю, м. Кам'янське, 1–2 червня 2023 р.* С. 241–243.

54. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). ДМ media sapiens. 27.04.2016. URL : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/ (дата звернення: 11.03.2025).

55. Концепція цифрової трансформації освіти і науки: МОН запрошує до громадського обговорення. *Прес-центр. Криворізький державний педагогічний університет*. URL: <https://kdpu.edu.ua/press-centre/novyny/novyny-mon/15848-kontsepsiya-tsyfrovoiy-transformatsiyi-osvity-i-nauky-mon-zaprophuye-do-hromadskoho-obhovorennya.html> (дата звернення: 01.02.2025).

56. Коркос Я.О. Змістова конкретизація поняття «критичне мислення». *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку: Матеріали 15 Міжнародної науково-практичної конференції, м. Салоніки, 07.01.2024*. URL:

https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50093/1/Y_Korkos_MAMS_40_BGKMU.pdf (дата звернення: 19.01.2025).

57. Красноп'ятов П. Феномен Інтернет-субкультур: філософсько-антропологічний аналіз. *Схід*. 2016. № 2 (142). С. 74–78. URL: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2016.2\(142\).70558](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2016.2(142).70558) (дата звернення: 13.11.2024).

58. Кремень В.Г., Биков В.Ю., Ляшенко О.І. та ін. Науково-методичне забезпечення цифровізації освіти України: стан, проблеми, перспективи: Наукова доповідь загальним зборам НАПН України, 18-19 листопада 2022 р. *Вісник Національної академії педагогічних наук України*. 2022. Вип. 4(2). С.1–49. URL: <https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4223> (дата звернення: 03.01.2025).

59. Кримський С.Б. Запити філософських смислів. Київ: ПАРАПАН, 2003, 240 с.

60. Кузнецова О. Ознаки російської дезінформації, створеної ШІ в інтернет-ЗМІ, соціальних мережах. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2024. № 1 (7). С. 79–89.

61. Кузьменко О. ШІ вигадав новину про «20 000 Shahed-136, які придбала Сербія». Її розтиражували українські ЗМІ. *Dev.ua*. 15.08.2023. URL: <https://dev.ua/news/shi-vyhadav-novynu-iaku-roztyrazhuvaly-ukrainski-zmi-1692092586> (date of access: 12.07.2025).

62. Фергюсон Н. Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку; пер. з англ. К. Дисси. Київ: Наш формат, 2018. 376 с.

63. Кульчицький І.М. Концептуалізація понять «модель» та «моделювання» у наукових дослідженнях. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Інформаційні системи та мережі*. 2015. № 829. С. 273–284. URL: <https://science.lpnu.ua/-sites/default/files/journal-paper/2018/jun/12897/19kulchickiyimkonceptual.pdf> (дата звернення: 28.05.2024).

64. Кухаренко В.М., Бондаренко В.В. Екстрене дистанційне навчання в Україні : монографія. Харків : Вид-во КП «Міська друкарня», 2020. 409 с.

65. Лавришин Ю., Семенюта І., Чорна О. Ніч Трампа й Камали в Україні. Як українські канали висвітлювали вибори в США. *Детектор медіа*. 8.11.2024. URL:

<https://detector.media/kritika/article/234462/2024-11-08-nich-trampa-y-kamaly-v-ukraini-yak-ukrainski-kanaly-vysvitlyuvaly-vybory-v-ssha/> (дата звернення: 30.11.2024).

66. Ланде Д. В., Баркова О. В. Електронна бібліотека як середовище адаптивного агрегування інформації. *Бібліотечний вісник*. 2013. № 2. С. 12–17. URL: <http://dwl.kiev.ua/art/bib2013/> (дата звернення: 13.01.2025).

67. Локшина О., Глушко О., Джурило А., Кравченко С., Нікольська Н., Тименко М., Шпарик О. Відповідь світової спільноти на виклики COVID-19 в освіті (лютий-червень 2020). Київ, Інститут педагогіки НАПН України. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/721241/1/analitchna-dovidka_covid_19_-viddil-pp_22.06.2020.pdf (дата звернення: 11.01.2025).

68. Ломачинська І. Рихліцька О. Виклики соціальних мереж у формуванні ціннісних орієнтирів українського інтернет-покоління. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*, 2025, 1(64), 147-158.

69. Ломачинська І.М., Гришина Ю.О. Інтернет-покоління і консцієнтальні війни сучасності. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2024. Випуск 52. С.161 – 168. URL: <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.52.19> (дата звернення: 10.11.2025).

70. Ломачинська, І., Ломачинський, Б. Роль медіакультури в інформаційних війнах сучасності. *Схід*, 2022. Т.3. Вип.3. С. 66–73. URL: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3\(3\).268297](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3(3).268297) (дата звернення: 12.11.2025).

71. Лук'янюк В. *Трансформація*. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D2%F0%E0%ED%F1-%F4%EE%F0%EC%E0%F6%B3%FF> (дата звернення: 09.03.2024).

72. Луман Н. Поняття цілі і системна раціональність: щодо функції цілей у соціальних системах; пер. з нім. М. Бойченка і В. Кебуладзе. Київ : Дух і літера, 2011. 335 с.

73. Луман Н. Реальність мас-медіа. Київ : ЦВП, 2010, 158 с.

74. Любимий Я.В. Самоорганізація мережевого суспільства як соціально-комунікативного феномена. *Мультиверсум. Філософський альманах*. 2016. Випуск 5–6. С. 18–31.

75. Маклюен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги; пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. Київ : Ніка-Центр, 2015. 388 с.

76. Масуда Й. Комп'ютопія; пер. з англ. В. Ляха. *Філософська і соціологічна думка*. 1993. № 6. С. 36–50.

77. Наумова М.Ю. Нові медіа та традиційні ЗМІ: моделі співіснування. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2011. Вип. 13. С. 86–92. URL: https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/eloaden/actprob13_86.pdf (дата звернення: 18.11.2024).

78. Національна стійкість України: стратегія відповіді на виклики та випередження гібридних загроз: національна доповідь / ред. кол. С. І. Пирожков, О. М. Майборода, Н. В. Хамітов, Є. І. Головаха, С. С. Дембіцький, В. А. Смолій, О. В. Скрипнюк, С. В. Стоєцький / Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. Київ : НАН України, 2022. С. 105-215.

79. Нечаєв О.О., Ланде Д.В. Відновлюваність зв'язків у безмасштабних мережах. *Реєстрація, зберігання і обробка даних*, 2012. Т. 14. N 3. С. 92–98.

80. Норт Д. Інститути, інституціональна зміна та функціонування економіки. Київ : Основи, 2000. 198 с.

81. Обачність. Пильність. Захист. Ввічливість. Сміливість : посібник із мережевого етикету й безпеки. Київ : Google, iKeepSafe. МОН, 2018. URL: https://lib.imzo.gov.ua/wa-data/public/site/books/metodychni_materialy_2018/PRESS.pdf (дата звернення: 01.03.2025).

82. Онопрієнко В.І. Герберт М. Маклюен: методологія взаємозв'язку культури, медіа і комунікацій. *Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія*. 2022. № 1 (35). С. 20–25.

83. Острога М. М., Юрченко А. О., Коровай А. О. Інформаційна гігієна та інформаційний шум. *Академічні візії*. 2023. № 22. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/511> (дата звернення: 11.03.2025).

84. Отенко І., Птащенко О., Куш Я. Тенденції розвитку електронного бізнесу на світовому ринку. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2020. № 149, вип. 4. С. 50–57. URL: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.4.5> (дата звернення: 31.01.2025).

85. Пасько Я. І. Ієрархічне та мережеве суспільство: антагонізм чи субсидіарність? *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2024. № 48. С.259–266. URL: <https://doi.org/10.32782/apfs.v048.2024.40> (дата звернення: 12.01.2025).

86. Пашко Т. А. Психологічні особливості змін у самосвідомості мирного населення зони АТО. *Гібридна війна на Сході України в міждисциплінарному вимірі: витоки, реалії, перспективи реінтеграції*. Старобільськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2017. С. 215-221.

87. Послання Папи Франциска на 48-й Всесвітній день суспільних комунікацій. Credo. 18.02.2014. URL: <http://credo.pro/2014/02/110721> (дата звернення: 30.01.2025).

88. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 301 с.

89. Примаченко І. Школи як стартапи. *The Ukrainians Media*, 05.01.2016, URL: <https://theukrainians.org/shkoly-yak-startapy2/> (дата звернення: 11.01.2025).

90. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. Відомості Верховної Ради України. 2014. № 37–38. Ст. 2004. Зі змінами, внесеними Законом України від 04.06.2020 № 687-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення: 11.03.2025).

91. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : постанова Кабінету Міністрів України від 05.08.2020 № 695. Офіційний вісник України. 2020. № 66. Ст. 2167. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 11.03.2025).

92. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2017. № 38–39. Ст. 380. Зі змінами, внесеними Законом України від 19.12.2019 № 411-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 11.03.2025).

93. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03 березня 2021 р. № 167-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovih-kompetentnostej-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-yiyi-realizaciyi-167-030321> (дата звернення: 11.03.2025).

94. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 11.03.2025).

95. Пролєєв С. «Суспільство знань» як антропологічна ситуація. *Філософія освіти*. 2014. № 1 (14). С. 7–24.

96. Пугачов О. Проблеми забезпечення інформаційної безпеки України в сучасних умовах. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: право, публічне управління та адміністрування*. 2024, № 12. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2024-12-02-15> (дата звернення: 08.12.2024).

97. Пукіш Ю.Я. Порівняльний аналіз концепцій постіндустріального та інформаційного суспільств (Деніел Белл, Валерій Хмелько). *Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки*. 2003, Том 21. С. 36–40.

98. Радіонов Ю.Д. Інститути та їх роль у розвитку національної економіки. *Інвестиції: практика і досвід*, 2017, 3, 24–30. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2017/6.pdf (дата звернення: 08.09.2023).

99. Руденко А. Соціальні мережі як ефективний засіб громадської самоорганізації в сучасній країні. Аналітична записка. Київ, 2018. С. 3. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2018-05/Rudenko-52ea7.pdf> (дата звернення: 13.10.2024).

100. Савельєва Ю.М. Сім'я як філософська проблема: досвід деконструкції: дис...к.філос.н.: 09.00.03, Суми, СумДУ, 2016. 209 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Savelieva_Yuliia/Simia_iak_filosofska_problema_dosvid_dekonstruktsii.pdf (дата звернення: 19.10.2024).

101. Сисоєва С.О. Інтерактивні технології навчання дорослих: навчально-методичний посібник. Київ: ВД «ЕКМО», 2011. 324 с.

102. Скіннер К. Людина цифрова; пер. з англ.: А. Якубової. Харків: Фабула, 2020. 272 с.

103. Слюсар В., Венцель Н., Слюсар М. Осмислення реклами як соціокультурного феномену у філософії Ж. Бодріяра. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки. 2025. № 1 (197). URL: [https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.1\(97\).2025.133-141](https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.1(97).2025.133-141)

104. Смирнова О.В. Поляризація як феномен цифрового суспільства: нові етичні виклики. *Наукова думка сучасності і майбутнього*: сорок п'ята Всеукраїнська практично-пізнавальна інтернет-конференція. 10-20.10.2021 р. ДЗ «Луганський державний медичний університет». URL: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/76-sorok-p-yata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/1010-polyarizatsiya-yak-fenomen-tsifrovogo-suspilstva-novi-etichni-vikliki>

105. Студенікін А.А. Вплив когнітивного стилю особистості на процес спілкування: автореф. дис. канд. психол. наук. 19.00.01. Київ, Інститут психології ім.Г.С.Костюка АПН України.1999. 19 с.

106. Тимофєєва Г.В. Ефект Зімбардо та інформаційна війна. *Київські філософські студії: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 19 травня 2022 р.): тези доповідей / за заг. ред. проф. Р.О. Додонова*. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. С. 138-141.

107. Тимофєєва Г.В. Інструменти цифрової економіки в інституційному середовищі. Соціокультурні трансформації та геополітичні виклики в умовах багатопольярного світу (м. Київ, 24 листопада 2022 р.): тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ: Державний торговельно-економічний університет, 2022. С. 134-137.

108. Тимофєєва Г.В. Інформаційні технології та трансформація соціальних структур. *Вісник Львівського університету. Серія: філософсько-політологічна*, 2024.

№ 56. С.131-144. <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.15> (Категорія Б, Index Copernicus).

109. Тимофєєва Г.В. Концепція VUCA в інформаційно-комунікативних практиках. *Київські філософські студії: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції* (м. Київ, 16 травня 2025 р.): тези. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2025. С. 132–137.

110. Тимофєєва Г.В. Людина цифрова: нова ідентичність в епоху технологій. II Міжнародна науково-практична конференція «Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє». (17 квітня 2025 р., м. Київ, Україна). С. 167-170. URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a5bb35f7-e0ee-4c83-9878-05b55f2391b1/content> (дата звернення 13.06.2025).

111. Тимофєєва Г.В. Наратив як форма репрезентації дійсності. *Київські філософські студії: матеріали Всеукраїнської наукової конференції* (м. Київ, 19 травня 2023 р.): тези доповідей / за заг. ред. проф. Р.О. Додонова. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. С.197–201.

112. Тимофєєва Г.В. Філософсько-методологічні підходи до дослідження інформації в контексті змін суспільних парадигм. *Культурологічний альманах*, 2023. Вип. 3. С. 228–236. URL: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.3.32>

113. Тимофєєва Г.В. Як мережна архітектура змінює соціальні зв'язки. *Київські філософські студії: матеріали Всеукраїнської наукової конференції* (м. Київ, 16–17 травня 2019 р.): тези доповідей / за заг. ред. проф. Р.О. Додонова. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2019. С. 165–167.

114. Тимофєєва Г.В., Єрескова Т.В. Складність як виклик і ресурс освіти: осмислення змін. Міждисциплінарний дискурс у дослідженні феномену соціального: зб. матеріалів VI міжнародної наук.-практ. інтернет-конф.; 27 березня 2025 р., м. Київ. / Упорядники: Кучера Т.М., Козлов Є.В., Київ : КНЕУ, 2025. С. 214–217.

115. Тимофєєва Г.В., Опришко Т.С., Бульвінська О.І. «Чий Крим?» або яким контентом наповнюються міжнародні бази даних наукових публікацій. *University Library at a New Stage of Social Communications Development: Тези IX Міжнародної конференції* (3-4 жовтня 2024 р., м. Дніпро, Україна). Дніпро: Український

державний університет науки та технологій, 2024. URL: <https://crust.ust.edu.ua/items/3dd44209-6745-4ec0-8e6a-cf9df1cdaffb> (дата звернення 13.12.2024).

116. Топузов О., Данко А. Система освітнього партнерства закладу загальної середньої освіти України в умовах війни. *Український педагогічний журнал*, 2023. № 3. С. 5–12. URL: <https://doi.org/10.32405/2411-1317-2023-3-5-12> (дата звернення 23.05.2025).

117. Тоффлер Е. Нова парадигма влади. Знання, багатство й сила; перекл з англ. Н.Бордукової. Харків : Акта, 2007. 688 с.

118. Тоффлер Е. Третя Хвиля; пер. з англ. А. Євса. Київ: Вид. дім «Всесвіт», 2000.

119. Филипчук С. Трансформації нових медіа християнських конфесій України. *Схід*. 2018. № 5(157). С. 92–98. URL: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2018.5\(157\).149031](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2018.5(157).149031) (дата звернення 14.05.2024).

120. Ціж М. Все, що потрібно знати про чорні діри. *Kunsht*, 2019. URL: <https://kunsht.com.ua/articles/vse-shho-potribno-znati-pro-chorni-diri> (дата звернення 11.12.2024).

121. Чернявська Л.В. Інтенсифікація соціального поля в медійному дискурсі. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Журналістика*. 2017. Вип. 22. С. 4–6.

122. Чи потрібна мілітаризація українського суспільства: ставлення громадян (опитування, березень 2024 р.) *Разумков-центр*. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/chy-potribna-militaryzatsiia-ukrainskogo-suspilstva-stavlennia-gromadian-berezen-2024r> (дата звернення 12.04.2025).

123. Чікарькова М. Етичні аспекти дистанційного навчання у добу пандемії COVID-19. *Освітологія*. 2021. № 10. С. 73–80. URL: <https://doi.org/10.28925/2226-3012.2021.108> (дата звернення 11.12.2024).

124. Чухрай М. Інституціоналізація волонтерського руху в Україні: реалії та перспективи. *Соціологічні студії*, 2013. № 1. С. 104-108. URL:

https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9813/1/socst_2013_1_22.pdf

(дата

звернення 23.12.2024).

125. Шамборовський Г.О. Інституційна теорія економічного планування та її критика неоавстрійською школою економіки. *Схід*. 2013. № 4 (124), липень-серпень. С. 114–118.

126. Шиманська О. Дж. Гелбрейт – видатний теоретик нового індустріального суспільства. *Вісник THEU*. 2011. № 1. С. 170–177.

127. Штомпка П. Соціологія соціальних змін; пер. з польськ. Г. С. Аляєва. Київ: Либідь, 2005.

128. Яловий Г. К., Єрешко О.Ю. Методологія науково-технологічного розвитку в концепції постіндустріального суспільства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2015. № 12. С. 71–82. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/ec24711b-2a41-408c-8a2b-6e8fd74e2c42/content> (дата звернення 19.08.2023).

129. Ярошенко Т. Відкритий доступ, відкрита наука, відкриті дані: як це було і куди йдемо: (до 20-ліття Будапештської ініціативи Відкритого доступу). *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2021. № 8. С. 10–26. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.8.2021.247582> (дата звернення 13.02.2025).

130. Ясиневич Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни. Практичний посібник. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 104 с.

131. Abbadia J. Exploring the Role of AI in Academic Research. *Cactus Communications*, 2023. *Mind the GRAPH*. URL: <https://mindthegraph.com/blog/ai-in-academic-research/> (date of access: 16.03.2025).

132. Aldahdouh A. A., Osorio, A. J., Caires S. Understanding knowledge network, learning and connectivism. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*. 2015. Issue 12 (10). P. 3–21. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED572896.pdf> (date of access: 19.10.2024).

133. Apuke O.D., Omar B. Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telemat Inform.* 2021 Jan. Issue 56. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475> (date of access: 28.01.2024).

134. Arrow K. J. Information and Economic Behavior. Technical report (Iss.14). Harvard Project on Efficiency of Decision-Making in Economic Systems. Federation of Swedish Industries, 1973.
135. Arrow K. J. Information as an economic commodity. *On Ethics and Economics*. Routledge, 2016.
136. Asakaviciute V., Sedereviciute-Paciauskiene Z. Valantinaite I. I-Thou Communication in Distant Education from the Perspective of Martin Buber's Philosophy. *FILOSOFIJA-SOCIOLOGIJA*. 2022. Issue 33 (1). P. 22–31 URL: <https://doi.org/10.6001/fil-soc.v33i1.4666> (date of access: 13.02.2024).
137. Bacon F. New Atlantis and The Great Instauration. (2nd ed., J. Weinberger, Ed.). Wiley-Blackwell, 2016.
138. Barabási A.L., Albert R. Emergence of scaling in random networks. *Science*. 1999. No 286 (5439). P. 509–512.
139. Barrat D. Media Sociology. London and N. Y.: Routledge, 1994.
140. Barthes R. Mythologies. Paladin, 1973.
141. Baudrillard J. La guerre du Golfe n'a pas eu lieu. Paris :GALILEE , 1991.
142. Baumann F., Lorenz-Spreen Ph., Sokolov I., Starnin M. Emergence of Polarized Ideological Opinions in Multidimensional Topic Spaces. *Phys. Rev.* 2021. X 11, 011012. URL: <https://doi.org/10.1103/PhysRevX.11.011012> (date of access: 02.07.2025).
143. Bennett N., Lemoine G.J. What a difference a word makes: understanding threats to performance in a vuCA world. *Business Horizons*. 2014. Vol. 57 (3). P. 311–317.
144. Berger P. L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. Penguin Books, 1991. URL: <https://amstudugm.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/social-construction-of-reality.pdf> (date of access: 13.07.2025).
145. Berger P.L. Reflections on the Sociology of Religion Today. *Sociology of Religion*. 2001. Issue 61(4). P. 443–454.
146. Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities. URL: <https://openaccess.mpg.de/Berlin-Declaration/> (date of access: 13.07.2025).

147. Bloom F. E., Lazerson A., Hofstadter L. Brain, Mind, and Behavior. W. H. Freeman and Company, 1985.
148. Bolo Romero K. M., Gutiérrez Velasco F., Córdova Berona H. A., Alvarado Suyo S. A. Relationship between digital competencies and critical thinking: A review of the scientific literature from 2015 to 2022. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2023. 12(4). P. 332–340. <https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0119> (date of access: 24.07.2025).
149. Boss A. Looking for a new home? *Nature*. 2003. No 426. P. 386–387. <https://doi.org/10.1038/426386b> (date of access: 13.02.2025).
150. Bourdieu P. The field of cultural production: Essays on art and literature. New York, NY: Columbia University Press, 1993.
151. Bourdieu Pierre. Esquisse d'une théorie de la pratique : précédé de trois études d'ethnologie kabyle. Genève: Droz, 1972. 269 p.
152. Boyd-Barrel O., Braham P. P. (eds.) Media, Knowledge, and Power. London: Croom Helm, 1987.
153. Brey P. Theories of Technology as Extension of Human Faculties. Metaphysics, Epistemology, and Technology. *Research in Philosophy and Technology*. 2000. № 19. P. 59–78.
154. Bruner J. S. Beyond the information given; studies in the psychology of knowing. New York, Norton, 1973. Internet Archive. URL: <https://archive.org/details/beyondinformatio00brunrich> (date of access: 23.02.2025).
155. Bruns A. [From prosumption to produsage](#) in: Ruth Towse & Christian Handke (ed.), [Handbook on the Digital Creative Economy](#), chapter 7, p. 67–78, Edward Elgar Publishing, 2013.
156. Budapest Open Access Initiative. URL: <https://www.budapest-openaccessinitiative.org/> (date of access: 19.02.2025).
157. Castells M. Communication Power. Oxford University Press Inc., New York, 2009. URL: <https://maestriacomunicacionibero.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/03/castells-power-in-the-network-society.pdf> (date of access: 30.01.2025).

158. Castells M. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2010.
159. Castells M. The Rise of the Network Society. 2 Edition. John Wiley & Sons, 2011.
160. Cleveland J. Complexity theory. Basic concepts and application to systems thinking. Innovation For Communities. (1994). URL: <https://www.slideshare.net/johncleveland/complexitytheory-basic-concepts> (date of access: 30.01.2025).
161. Damasio A. R. Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain. New York, Avon Books, 1994, 312 p.
162. Dawson L.L. The Mediation of Religious Experience in Cyberspace. In: *Religion and Cyberspace*. Edited by M. Hojsgaard, M. Warburg. New York: Taylor & Francis, 2005. P. 15–37.
163. Deetz S. Engagement as co-generative theorizing. *Journal of Applied Communication Research*. 2008. Vol. 36 (3). P.289–297. <https://doi.org/10.1080/00909880802172301> (date of access: 13.01.2025).
164. Dijk J. A. G. M. van. The Network Society: Social Aspects of New Media. Thousand Oaks, CA : Sage Publications Ltd, 2005. 304 p.
165. Dodonov R. Transformation of commemorative practices in Ukrainian historical discourse. *Skhid*. 2022. Vol.3(1). P. 5–14. URL: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3\(1\).253628](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3(1).253628) (date of access: 13.11.2024).
166. Dodonova V., Kolinko M. Socio-philosophical aspects of the problem of internationalization of higher education: the experience of Borys Grinchenko Kyiv University. *Skhid*. 2021. Vol. 1(1). P.18–24. URL: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2021.1\(1\).225270](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2021.1(1).225270) (date of access: 01.11.2024).
167. Drucker P.F. Landmarks of Tomorrow. Routledge, 1996.
168. Drucker P.F. Managing in the Next Society. Butterworth-Heinemann, 2004.
169. Drucker P.F. Post-Capitalist Society. N.Y.: Harper-Collins Publ., 1995.
170. Dunbar R. I. M. Grooming, gossip, and the evolution of language. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.

171. Durkheim Emile. The rules of the sociological method. Tr. by W.D. Halls. New York: The Free Press, 1982 [1895].
172. Eight OECD Science, *Technology and Industry Policy Papers*. 2025. *Making Open Science aReality*. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-science-technology-and-industry-policy-papers_23074957.html (date of access: 03.09.2025).
173. Elster J. Merton's functionalism and the unintended consequences of action. In: Consensus and Controversy, 1990. P.129–135. URL: <https://geocitiessites.com/hmelberg/elster/AR90MFAT.HTM> (date of access: 17.10.2024).
174. Falgueras E.A., Ferrer L.A. Open Science: Evolution of the Name and the Concept. *Anales de Documentación*, 2020, vol. 23, no 1. URL: <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.378171> (date of access: 19.01.2025).
175. Federman M. What is the Meaning of the Medium is the Message? 2004, July 23. URL: https://transformationdesignfall2021.wordpress.com/wp-content/uploads/2021/10/mcluhan-meaning-of-the-medium-is-the-message_highlighted.pdf (date of access: 19.10.2024).
176. Feher K. Digital Identity and the Online Self: Footprint Strategies – An Exploratory and Comparative Research Study. *Journal of Information Science*. 2019. No 17, P. 29–31. <https://doi.org/10.1177/01655515-19879702> (date of access: 13.10.2025).
177. Fish T. My Digital Footprint: A Two-Sided Digital Business Model Where your Privacy Will Be Someone Else's Business, 2009. URL: http://www.csfi.org.uk/files/My-Digital_Footprint_by_Tony_Fish.pdf (date of access: 24.01.2025).
178. Flavel J. H. Metacognitive aspects of problem solving. In L. B. Resnick (Ed.) The nature of intelligence. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1976. P. 231–236.
179. Frau-Meigs D., Hibbard L. Education 3.0 and internet governance: a new global alliance for children and young people's sustainable digital development, Paper Series 27, Centre for International Governance Innovation (CIGI) and Chatham House, London, 2016.
180. Fromm E. The Sane Society. New-York, B00BPJODJO, 2013.

181. Fultner B. Inferentialism and Communicative Action: Robust Conceptions of Intersubjectivity. *Philosophical Studies*. 2002. No 108. P. 121–131. URL: <https://doi.org/10.1023/A:1015768316114> (date of access: 15.01.2025).
182. Galbraith J. K. The New Industrial State. Princeton University Press, 2007.
183. Gärdenfors P., Lombard M. Agency at a distance: learning causal connections. *Phenom Cogn Sci*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1007/s11097-024-09992-9> (date of access: 16.01.2025).
184. Girardin F., Calabrese F., Fiore F. D., Ratti C., Blat J. Digital Footprinting: Uncovering Tourists with User-Generated Content. *IEEE Pervasive Computing Journal*. 2008. Vol. 7 (4). P.36–43. URL: <http://dx.doi.org/10.1109/MPRV.2008.71> (date of access: 18.02.2025).
185. Gómez D. G. Collective Intelligence. In book: The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society. Sage Publisher, 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/338177538_Collective_Intelligence#fullTextFileContent (date of access: 19.01.2025).
186. Habermas J. Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1992.
187. Habermas J. On the Pragmatics of Social Interaction: Preliminary Studies in the Theory of Communicative Action. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 2001. 192 p.
188. Habermas J. The Divided West. Cambridge: Polity Press., 2006.
189. Haken H. Synergetics and Information of Neural Assemblies. Workshop of 03-04 December 2020 on Neural Coding in High Dimensional Nonlinear Systems. Organized by Jennifer S. Goldman, Trang-Anh E. Nghiem, Alain Destexhe, and Wolf Singer, and hosted by EITN in the framework of the Human Brain Project. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9qBASmfd-gg> (date of access: 29.01.2025).
190. Haken H. Synergetik. Berlin: Springer-Verlag; New York: Heidelberg, 1982.
191. Halbwachs M. On collective Memory. Chicago and London: University of Chicago Press, 1992. URL: <https://www.willbrehm.com/wp-content/uploads/2016/12/Halbwachs-1952.pdf> (date of access: 23.06.2025).

192. Hartley R.V.L. Transmission of Information. *Bell System Technical Journal*, July, 1928. P. 535–563. URL: https://www.dotrose.com/etext/90_Miscellaneous/transmission_of_information_1928b.pdf (date of access: 01.09.2024).
193. Herz J. H. Idealist Internationalism and the Security Dilemma. *World Politics*. 1950. Vol. 2(2). P. 157–180. URL: <https://doi.org/10.2307/2009187> (date of access: 03.10.2024).
194. Horrigan John B. Digital Readiness Gaps. *Pew Research Center*, 2016. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2016/09/20/digital-readiness-gaps/> (date of access: 03.11.2025).
195. Jamieson K.H., Cappella J.N. Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment. Oxford University Press, Oxford, 2008.
196. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press, 2006. URL: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr> (date of access: 12.06.2025).
197. Johansen B. Leaders Make the Future. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers. 2009. 194 p.
198. Johnson D.W., Johnson R.T., Smith K. The State of Cooperative Learning in Postsecondary and Professional Settings. *Educ. Psychol. Rev.* 2007. No 19. P. 15–29. URL: <https://doi.org/10.1007/s10648-006-9038-8> (date of access: 12.08.2024).
199. Kahler M. (Ed.). Networked Politics: Agency, Power, and Governance. Cornell University Press, 2009. URL: <http://www.jstor.org/stable/10.7591/j.ctt7v8vb> (date of access: 12.01.2025).
200. Khrypko S., Aleksandrova O., Stoliarchuk L., Ishchuk O. et al. Value Complexity of Virtual Communities and Information Security in the Postmodern World: Semantic Focus and Language Innovations. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 2021. Vol.21 (12). P.712-718 URL: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.12.97> (date of access: 22.08.2025).
201. Kipke D. A Millennial's Digital Marketing Worldview. *Adknowledge*, 2014. URL: <http://www.adknowledge.com/blog/millennial-view-of-digital-marketing/> (date of access: 03.03.2025).

202. Kitta A. Vaccinations and Public Concern in History: Legend, Rumor, and Risk Perception. *Routledge Studies in the History of Science, Technology and Medicine*. Routledge, 2011.

203. Kobelieva D. L., Nikolaienko N. M. From Information Search to the Loss of Personality: The Phenomenon of Dataism. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*. 2021. No 20. P. 100–112. URL: <https://ampr.ust.edu.ua/article/view/249591/246971> (date of access: 23.02.2025)

204. Koss A. (2024). Corporality: From Commonality to Structurality. *Skhid*, 6(3), 72–78. URL: <https://doi.org/10.21847/2411-3093.6310> (date of access: 10.03.2025)

205. Lakoff G., Johnson M. Philosophy in the Flesh: the Embodied Mind and its Challenge to Western Thought. New York, Basic Books, 1999. P. 265–266.

206. Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K. New Media: A Critical Introduction (англ.). Taylor & Francis, 2009.

207. Luhmann N. Das Erziehungssystem der Gesellschaft. Frankfurt: Suhrkamp, 2002.

208. Luhmann N. Die Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation. In: Soziologische Aufklärung 3: Soziales System, Gesellschaft, Organisation. Westdeutscher Verlag, 1981.

209. Luhmann N. Macht, 1975. Internet Archive. *Station 20cebu*. URL: <https://archive.org/details/macht0000luhm> (date of access: 10.11.2024)

210. Luhmann N. Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt: Suhrkamp, 1984.

211. Luhmann N. Was ist Kommunikation? *Soziologische Aufklärung*. 1995, Vol.6: Die Soziologie und der Mensch. Westdeutscher Verlag.

212. Lyotard J.-F. Note on the meaning of “post”. In Jean-Francois Lyotard, Julian Pefanis, Morgan Thomas. The postmodern explained to children: correspondence, 1982–1985 (pp. 89–93). Sydney: Power Publications, 1992.

213. Manovich L. New Media From Borges to HTML *The New Media Reader* Cambridge, Massachusetts, 2003. P. 13–25.

214. Masuda J. Information Society as Postindustrial Society. Wash., 1983, 234 p.

215. McLuhan M. Understanding Media. The extensions of man. London-New York, 1964, URL: <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/-/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf> (date of access: 03.11.2024)
216. Mertala P., López-Pernas, S. et al. Digital natives in the scientific literature: A topic modeling approach, *Computers in Human Behavior*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108076> (date of access: 03.11.2024)
217. Merton R. The Sociology of Science: An Episodic Memoir. In: The Sociology of Science in Europe. Ed. by R. Merton and J. Gaston. Southern Illinois Univ. Press, 1977. P. 31–44.
218. Merton Robert K. Social Theory and Social Structure. Simon and Schuster, 1968. Internet Archive. 2019. Retrieved from URL: <https://archive.org/details/MertonSocialTheoryAndSocialStructure> (date of access: 23.09.2024)
219. Meyrowitz J. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. Oxford University Press, 1986.
220. Miles St. Consumerism as a way of life. L. etc.: Sage, 1998. – VIII, 196p. URL: <https://archive.org/details/consumerismasway0000mile> (date of access: 20.01.2025)
221. Negroponte N. Being Digital. New York: Knopf., 1995.
222. North D. Understanding the Process of Economic Change. Princeton University Press, 2005. URL: http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/9662/1/163%20.%20Douglass_C._North.pdf (date of access: 20.07.2025)
223. O’Leary S.D. Cyberspace as Sacred Space: Communicating Religion on Computer Networks. *Journal of the American Academy of Religion*. 1996. Vol. 64, p. 781–808. URL: <http://dx.doi.org/10.1093/jaarel/LXIV.4.781/> (date of access: 19.11.2024)
224. O’Madagain C., Tomasello M. Joint attention to mental content and the social origin of reasoning. *Synthese*. 2021. No 198, p. 4057–4078. URL: <https://doi.org/10.1007/s11229-019-02327-1> (date of access: 23.10.2024)
225. Ogneviuk V., Aleksandrova O., Tkachuk A. Khrypko S. (2021). Axiological Paradigm of Understanding the Education Phenomenon as a Polyvector Discursive

Construct: Harmony of Peace vs. Conflict of Military Interpretations. *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*. 2021. Vol.11 (3). URL: <https://doi.org/10.18491/beytulhikme.1768> (date of access: 13.03.2025)

226. Oláh L., Kotowska I.E., Richter R. The new roles of men and women and implications for families and societies. In G. Doblhammer & J. Guma (Eds.), *A Demographic Perspective on Gender, Family and Health in Europe* (pp.41–65). Springer Open. Web, 2018.

227. O’Leary S. D. Utopian and dystopian possibilities of networked religion in the new millennium. In: Digital Culture Books. Michigan: University of Michigan Press, 2010.

228. Origgi G. Information and Reputation: The Collective Intelligence of the Web. In Reputation: What It Is and Why It Matters (pp. 171–194). Princeton: Princeton University Press, 2018. URL: <https://doi.org/10.1515/9781400888597-010> (date of access: 13.03.2025)

229. Osborn A. Potemkin: the mutiny, the movie and the myth. *Independent*. 2005, 14 June. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/potemkin-the-mutiny-the-movie-and-the-myth-225737.html> (date of access: 18.03.2024)

230. Pariser E. The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think. New York: Penguin, 2011.

231. Parsons T. The Structure of Social Action. The Free Press Glencoe, Illinois, 1949. Internet Archive. Public Research. URL: <https://archive.org/details/dli.ernet.4397> (date of access: 12.09.2024)

232. Parsons T. The system of modern societies. Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, 1971. Internet Archive. Public Research. URL: <https://archive.org/details/-systemofmodernso00pars> (date of access: 20.09.2024)

233. Pasko Ya. From national guilt to constitutional patriotism: Jürgen Habermas’s reflections on the identity of a post-war society. *Skhid*. 2025. Vol. 7, issue. 2. C. xx–xx.

234. Pew Research Center Social Media Fact Sheet. 2024. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/> (date of access: 20.02.2024)

235. Phill A. Digital Natives and Digital Immigrants. In: Cheryl E. Ball & Drew M. Loewe ed. Bad Ideas About Writing. West Virginia University, 2021. URL: <https://batch.libretexts.org/print/url=https://human.libretexts.org/Books->

[helves/Composition/Specialized_Composition/Bad_Ideas_About_Writing_\(Ball_and_Lowe\)/07%3A_Bad_Ideas_About_Writing_and_Digital_Technology/7.05%3A_Digital_Natives_and_Digital_Immigrants.pdf](#) (date of access: 20.03.2025)

236. Piechota G., Rajczyk R. The role of social media during protests on Maidan. *Communication Today*. 2015. No 6(2). P.86–97. URL: <https://repozytorium.uafm.edu.pl/server/api/core/bitstreams/09025687-f8ea-4121-bdd4-8c71790ab715/content> (date of access: 11.01.2025).

237. Piechota G., Rajczyk R. The role of social media during protests on Maidan. *Communication Today*. 2015. Vol. 6. No 2.

238. Popovych O.V., The adaptation nature and content: a philosophical analysis, *Humanities Bulletin of Zaporizhzh State Engineering Academy*. 2014, # 56, p. 228–239. URL: <https://doi.org/10.30839/2072-7941.2014.22723> (date of access: 11.01.2025)

239. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*. 2001. № 5 (9). P. 1–6. URL: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (date of access: 10.01.2025)

240. Prepotenska M. The informational phenomenon of trees and biomorphism: (following the EDEN project). *Skhid*, 2023. No 3(3). P. 48–57. URL: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3\(3\).266396](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3(3).266396) (date of access: 28.12.2023).

241. Prigogine I., Stengers I. Order out of chaos. Man's new dialogue with nature. London: Heinemann, 1984.

242. Ritzer G., Stepnisky J. N. Sociological Theory. 10 Edition, SAGE, 2018. URL: https://books.google.com/books/about/Sociological_Theory.html?id=yX1ZDwAAQBAJ (date of access: 03.12.2024)

243. Rueda J., Lara F. Virtual Reality and Empathy Enhancement: Ethical Aspects. *Frontiers in Robotics and AI*. 2020. Vol.7, p. 1–18. URL: <https://doi.org/10.3389/frobt.2020.506984> (date of access: 13.01.2025)

244. Rushcoff D. Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture. Ballantine Books, 1996.

245. Shannon C. E. A Mathematical Theory of Communication. *Bell System Technical Journal*. 1948. No 27, p. 379–423.
246. Shlianachak S., Riezina O., Fursykova T., Koretska V., Koretskyi O. Digital literacy education for the 21st century: navigation information in a connected world. 2024. *Synesis*, Vol.16 (1), p.461–477. URL: <https://seer.ucp.br/seer/index.php/-synesis/article/view/2954/3747> (date of access: 23.12.2024)
247. Shorter E. Die Geburt der modernen Familie. Rowohlt Verlag, 1990.
248. Siemens G. Connectivism: a learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology & Distance Learning*. 2005. Vol. 2 (5). URL: http://www.itdl.org/Journal/Jan_05/index.htm (date of access: 11.11.2024)
249. Slavin R. E. Cooperative learning in elementary schools. *Education*. 2014. 43(1), p. 5–14. URL: <https://doi.org/10.1080/03004279.2015.963370> (date of access: 11.11.2024)
250. Slyusar V. M., Khrystokin G. V., Yastrebova A. O. Is dialogue possible in the post-truth era? (Media philosophy and social and communication studies). *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences*. 2023. № 1 (93). P. 29 – 40.
251. Slyusar V., Kozlovets M., Horokhova L., Chaplinska O. Phenomenon of targeted advertising in postpanoptic society. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers*. 2021. № 8 (85). P.48–56. URL: <https://doi.org/10.26661/hst-2021-8-85-05> (date of access: 11.05.2025)
252. Stacey J. Brave New Families: stories of domestic upheaval in late twentieth century America. New York: Basic Books, 1990.
253. Steinert-Threlkeld Z.C., Mocanu D., Vespignani A. et al. Online social networks and offline protest. *EPJ Data Sci.* 2015. Vol.4(19). URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-015-0056-y> (date of access: 22.02.2025)
254. Stonier T. Information and the internal Structure of the Universe: An Exploration into Information Physics. London: Springer-Verlag, 1990.
255. Sztompka P. The Sociology of Social Change. Wiley-Blackwell, 1993.
256. The Economist Group. About us. Our Story. <https://www.economistgroup.com/about-us>

257. Thomas W. The definition of the situation. In: N. Rousseau (Ed.), *Self, symbols, and society: classic readings in social psychology*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2002. P. 103–115.
258. Thompson, D. (2008). *Counterknowledge*. WW Norton & Company.
259. Toffler A. *Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21st Century*. Bantam Books, 1990.
260. Towards knowledge societies: UNESCO world report: SHS.2005/WS/44. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141843> (date of access: 06.06.2024).
261. Turner J. *The Institutional Order*. New York : Longman, 1997.
262. Tymofieieva H. Communicative products of social networks and the Internet as a social glue in times of social crises and disasters. *Skhid*. 2024. Vol. 6(1), p. 61–67. URL: <https://doi.org/10.28925/2411-3093.2024.618> (date of access: 13.04.2024).
263. Tymofieieva H. Value priorities in labor behavior of Ukrainian war refugees. *Skhid*. 2024. Vol.6 (3), p. 32–38. URL: <https://doi.org/10.21847/2411-3093.634> (date of access: 13.09.2024).
264. Tymofieieva H.V., Opryshko T.S., Bulvinska O.I. “Whose is Crimea?” or What Content Are International Databases of Scientific Publications Filled with. *University Library at a New Stage of Social Communications Development: Conference Proceedings*, 2024, No. 9, p. 9-15.
265. UNESCO <http://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-edu.pdf>
266. UNESCO. Global media and information literacy assessment framework: country readiness and competencies. Paris: UNESCO, 2013. URL: unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf (date of access: 13.10.2024).
267. Van Noorden, Richard Online collaboration: Scientists and the social network. *Nature*. 2014, 14 August. No 512. P. 126–129. URL: <https://doi.org/10.1038/512126a> (date of access: 11.02.2024).
268. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018, Mar 9. No 359 (6380). P.1146–1151. URL: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559> (date of access: 11.11.2024).

269. Wei J. Philosophical Examination of Conflict and Integration: English Education Policies and Cultural Values in the Age of Globalization. *Cultura-international journal of philosophy of culture and axiology*. 2025. No 22 (1). P. 546–563.
270. Wellman B. Networked. In: L. Rainie, B. Wellman (eds) *The New Social Operating System*. The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, 2012.
271. Whitson J. A., Galinsky, A. D. Lacking control increases illusory pattern perception. *Science*. 2008. No 322 (5898). P. 115–117. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Lacking-Control-Increases-Illusory-Pattern-Whitson-Galinsky/e4244aef772b2eb2846e729cdbe445bf764047cd> (date of access: 11.01.2024).
272. Wiener N. *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1985. URL: https://uberty.org/wp-content/uploads/2015/07/Norbert_Wiener_Cybernetics.pdf (date of access: 09.09.2023).
273. Yereskova T.V., Mazuryk O.V., Aleksandrova O.S., Tymofieieva H.V., Zavadskyi V.N. Uncertainty as a regular feature of modern Ukrainian society. *Teorija in Praksa*. 2020. No 57 (3). P.928–946. URL: <https://www.fdv.uni-lj.si/docs/default-source/tip/negotovost-kot-stalna-zna%C4%8Dilnost-moderne-ukrajinske-dru%C5%BEbe.pdf?sfvrsn=0> (date of access: 11.01.2024).
274. Yereskova, T., Mazuryk, O., Tymofieieva, H., Opryshko, T. Social Activity of Contemporary Ukrainian Society: Threat to Internal Stability or Possibility of Social Dialogue. *Postmodern Openings*. 2020. No 11 (4). P.144–173. URL: <https://doi.org/10.18662/PO/11.4/227> (date of access: 11.01.2024).
275. Zickuhr K. Generations and their gadgets. *Pew Research Center*, 2011. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2011/02/03/generations-and-their-gadgets/> (date of access: 11.01.2024).