

Цитування:

Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 3. С. 39–44.

Гаврилюк Олег Павлович,
здобувач Київського національного
університету культури і мистецтв
<https://orcid.org/0009-0000-2294-5935>
oleg.gavryliuk@ukr.net

Gavrylyuk O. (2023). Social Networks as a Factor of the Formation of Cultural Values and Norms. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 3, 39–44 [in Ukrainian].

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ І НОРМ

Мета статті – розкрити сутність взаємовпливу соціальних мереж та культурних цінностей і норм. **Методологія дослідження** ґрунтується на застосуванні загальнонаукових методів системного аналізу, а також теорії соціальних мереж; для з'ясування сутності взаємовпливу соціальних мереж і культурних цінностей і норм використано метод логічної реконструкції. **Наукова новизна** отриманих результатів полягає у комплексному аналізі специфіки прояву взаємовпливу соціальних мереж та культурних цінностей і норм. **Висновки.** Зазначено, що за мережевим принципом побудований увесь сучасний світовий соціокультурний простір, а у суспільстві домінують різні мережеві структури, поширення яких зумовлено розвитком цифрових технологій, поява яких, у свою чергу, зумовлена потребами суспільства і людей долати простори та різні обмеження у спілкуванні та отриманні інформації. При цьому свій власний культурний вимір притаманній кожній мережевій структурі. Соціальні мережі характеризуються доступністю, глобальністю, наявністю зворотного зв'язку, що свідчить про їхній конструктивний потенціал у сучасному соціокультурному просторі. Акцентовано, що вплив соціальних мереж на культуру є очевидним – соціальні мережі змінили не лише те, як люди взаємодіють один із одним, вибудовують стосунки, споживають інформацію та приймають рішення, а й визначили взаємовплив соціальних мереж та культури. Підсумовано, що у сучасному суспільстві соціальні мережі є механізмом збереження і водночас трансляції культурних цінностей і норм, а також консолідації, самоорганізації і культурної ідентифікації соціальних груп. Соціальні мережі змінюють культурні цінності і норми, що виявляється в міжкультурному та міжнародному спілкуванні, способі взаємодії людей один з одним; особливостях сприйняття себе та своїх стосунки з іншими. Водночас культурні цінності впливають на соціальні мережі, диктуючи їм необхідність дотримання певних суспільних норм.

Ключові слова: соціальні мережі, мережеві структури, цифрові технології, культурні цінності, культурні норми.

Gavrylyuk Oleh, PhD Student, Kyiv National University of Culture and Arts
Social Networks as a Factor of the Formation of Cultural Values and Norms

The purpose of the article is to reveal the essence of the mutual influence of social and cultural values and norms. **The research methodology** is based on the application of general scientific methods of system analysis, as well as the theory of social networks; to clarify the essence of the mutual influence of social and cultural values and norms, the method of logical reconstruction was used. **The scientific novelty** of the results obtained consists in a comprehensive analysis of the specifics of the manifestation of the mutual influence of social and cultural values and norms. **Conclusions.** The entire modern global socio-cultural space is built on the network principle, and society is dominated by various network structures, the spread of which is due to the development of digital technologies, the emergence of which, in turn, is due to the needs of society and people to overcome spaces and various restrictions in communication and obtaining information. At the same time, each network structure has its own cultural dimension. Social networks are characterised by accessibility, globality, the presence of feedback, which indicates their constructive potential in the modern socio-cultural space. It is emphasised that the influence of social networks on culture is obvious – social networks have changed not only how people interact with each other, build relationships, consume information and make decisions, but also determined the mutual influence of social networks and culture. It has been concluded that in modern society social networks are a mechanism for preserving and simultaneously transmitting cultural values and norms, as well as for consolidating, self-organising and cultural identification of social groups. Social networks are changing cultural values and norms, manifested in intercultural and international communication, the way people interact with each other;

perceptions of oneself and one's relationships with others. At the same time, cultural values influence social networks, dictating to them the need to comply with certain social norms.

Keywords: social networks, network structures, digital technologies, cultural values, cultural norms.

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі соціальні інтернет-мережі завдяки необмеженим ресурсам, цифровим технологіям та розробленим методикам використовуються в політиці, економіці, науці, культурі та ін., завдяки чому стали невід'ємною частиною життя. Про міру впливовості соціальних мереж свідчить хоча б той факт, що, за даними звіту «Digital 2023», підготовленому групою з Meltwater та We Are Social, середньостатистичний інтернет-користувач проводить у соцмережах близько 2,5 години на день [1]. В якості засобу доступу до інформації соціальні мережі використовують 100 % інтернет-користувачів [8]. Першу сходинку у рейтингу найпопулярніших соцмереж у всьому світі за кількістю активних користувачів на місяць (за останніми дослідженнями – понад 2,95 мільярдів) посідає Facebook [11]. Ці цифри переконують, що соціальні мережі можуть суттєво впливати на переконання своїх користувачів. За мережевим принципом побудований увесь сучасний світовий соціокультурний простір, а у суспільстві домінують різні мережеві структури, поширення яких зумовлено розвитком цифрових технологій, поява яких, у свою чергу, зумовлена потребами суспільства і людей долати простори та різні обмеження у спілкуванні та отриманні інформації. Мережним структурам (на відміну від традиційних ієрархічних з їх стійкістю, здатністю індуктивно впливати на всі системи, з якими вони взаємодіють) притаманні горизонтальна організація, відсутність ієрархії, рівноправність учасників, відносна відкритість і простота входу-виходу зі структури, висока адаптація до змін внутрішнього і зовнішнього середовища, здатність до саморегуляції і самоорганізації. Очевидні переваги і темпи розповсюдження цифрових технологій сприяли масовому поширенню і популярності мережевих структур та мережевих принципів, які все частіше замінюють ієрархічні. Показовий приклад – соціальні мережі, які характеризуються доступністю, глобальністю, наявністю зворотного зв'язку, що свідчить про їхній конструктивний потенціал у сучасному соціокультурному просторі. Інтерактивність, мультифункціональність та відкритість соціальних мереж створюють умови для соціокультурної солідарності, підвищуючи ефективність мережевої комунікації і водночас

спонукаючи до формування інформаційної компетентності та інформаційної культури особистості.

Соціальні інтернет-мережі нерозривно пов'язали й культуру та медіа - культура значною мірою залежить від того, яку медіаінформацію вона передає людям. Свій власний культурний вимір притаманній кожній мережевій структурі, яка, на переконання М. Кастельса, складається з багатьох культур, цінностей, проектів, - це багатовимірною віртуальна культура [10]. Результатом генези та функціонування культури у взаємозв'язку із соціальними чинниками є ефективна мережева комунікація як універсальний соціокультурний механізм, забезпечена транскордонністю цифрових технологій. Саме завдяки цій властивості цифрових технологій культурні кордони легше долаються, залучаючи величезну кількість користувачів до процесів діалогу культур.

Національні традиції, вірування та норми, які роблять народи світу унікальними, цінують культури в усьому світі, водночас соціальні мережі об'єднують людей незалежно від відмінностей і географічних кордонів, сприяючи виникненню «глобального села» (М. Маклюен). Під час міжкультурної адаптації люди використовують соціальні медіа, щоб дізнаватися про приймаючі країни, налагоджувати та підтримувати стосунки та бути в курсі подій у своїх рідних країнах. Спілкування та взаємодія є ключовими чинниками, які впливають на те, як соціальні мережі, у свою чергу, впливають на міжкультурну адаптацію. Тож вплив соціальних мереж на культуру є очевидним – соціальні мережі змінили не лише те, як люди взаємодіють один із одним, вибудовують стосунки, споживають інформацію та приймають рішення, а й визначили взаємовплив соціальних мереж та культури.

Аналіз досліджень і публікацій. Повсюдне використання цифрових технологій та інформаційно-комунікаційних мереж актуалізувало дослідницький інтерес до вивчення таких явищ, як мережеві принципи, мережеві структури тощо, зокрема культурологи займаються дослідженням процесів створення, організації та самоорганізації нових культурних просторів у просторі соціальних мереж (Ю. Трач та ін. [5; 6]. Ґрунтовних праць, присвячених соціальним

мережах, доволі багато. Теоретики і практики торкаються питань класифікації соцмереж (А. Турчин та ін. [7]), специфіки візуальної культури в соціальних мережах у контексті соціальної самоідентифікації користувачів (В. Соломатова та ін. [12]), аксіологічного статусу соціальних мереж як соціокультурної проблеми (Ю. Калиновський та ін. [2]), формування культурних трендів через інтернет-спільноти (Х. Кац та ін. [3]), особливостей і тенденцій розвитку міжкультурної комунікації в контексті специфіки простору соціальних мереж на сучасному етапі (І. Конюкова та ін. [4]) та ін. Варто також згадати серед зарубіжних дослідників Р. Кемпбелла, який у своїй монографії «Медіа та культура: масова комунікація в епоху цифрових технологій» [9], виданій у співавторстві з К. Мартіном та Б. Фабос, безпосередньо досліджує відносини між медіа та культурою, торкаючись таких явищ, як потокове відео, відеоігри, електронні книги, конвергенції всередині самих ЗМІ і культури.

Таким чином, незважаючи на те, що вказаними авторами вивчалися різні аспекти соціальних мереж, у їхніх дослідженнях відображено переважно часткові характеристики соціальних мереж. Попри очевидність факту функціонування культурних просторів у віртуальному середовищі взагалі та у віртуальних соціальних мережах зокрема, багато особливостей і феноменів, що виявляються в процесі вивчення цих нових, по суті культурних просторів, вимагають подальшого і більш пильного вивчення. Йдеться, зокрема, про взаємозв'язок соціальних мереж та фундаментальних світоглядних засад життєдіяльності людської спільноти - культурних цінностей і норм, трансформація яких відбувається внаслідок повсюдного використання соціальних мереж як одного з провідних інструментів модернізації сучасного суспільства.

Мета статті – розкрити сутність взаємовпливу соціальних мереж та культурних цінностей і норм.

Виклад основного матеріалу. Людські суспільства існують не лише у мінливій системі, нав'язаній більшістю явищ сучасної технологічної епохи, а й унаслідок людського прагнення йти в ногу з науковим прогресом й отримувати користь від усього, створеного інформаційно-комунікаційною революцією. Однак, цей поступ має відбуватися за умови постійного оцінювання всього представленого за допомогою цих технологій, які, у свою чергу,

повинні відповідати потребам особистості та суспільства, не заперечуючи при цьому системи людських цінностей і норм. Натомість науково-технічний прогрес вочевидь уже призвів до зміни поведінки та цінностей індивіда, тож наразі актуальним є подолання викликів, які суперечать культурі та людським цінностям конкретного суспільства, можливості оптимально використовувати природні та людські ресурси.

У культурних нормах і цінностях, якими є спільні переконання, цінності та очікування, відображаються ставлення та поведінка групи людей. Ставлення та поведінка, типові для соціальної групи, - це норми, які підтримують цінності. Те, як люди одягаються, як вони говорять і як вони взаємодіють один з одним, - все це приклади культурних норм і цінностей, які можуть передаватись із покоління в покоління та впливати на поведінку людей у різних ситуаціях, наприклад, як люди сприймають та інтерпретують навколишній світ. Народні звичаї – це деякі соціальні норми, які можуть допомогти в інформуванні людей про прийнятну поведінку. За допомогою так званих універсальних культурних норм - повага до старших, до влади, до приватного життя та до власності, а також почуття порядку - можна досягти підтримки гармонійного функціонування суспільства. Культурні цінності можна представити у вигляді п'ятих компонентів: естетична, соціальна, символічна, духовна та освітня, відповідниками яких є повага, сім'я, освіта, свобода і рівність. Культурні цінності включають спільні вірування, звичаї та практику групи, вони допомагають визначити культуру суспільства та є основою ідентичності суспільства.

Отже, яким чином соціальні мережі змінюють культурні цінності? Ці зміни найперше виявляються в міжкультурному та міжнародному спілкуванні. Про різні культури легше дізнатися, якщо люди діляться фотографіями, відео та історіями в соціальних мережах, але при цьому й негативні стереотипи та дезінформація про різні культури також можуть поширюватися через соціальні мережі, що може спричинити непорозуміння. Водночас соціальні медіа можуть впливати на те, як люди сприймають власну культуру. Люди стикаються з різними культурами та цінностями з усього світу, і це може призвести до відчуття культурної фрагментації, до відчуття відчуженості, адже людям властиво порівнювати себе з іншими в соціальних мережах. Тобто, соціальні мережі можуть впливати на культурні цінності як позитивно,

так і негативно, зокрема для поширення не лише знань, а й стереотипів. Цілком правомірно, що «вплив соціальних мереж на духовне буття людини, суспільства, людства у цілому стає все більш суттєвим, але особливості такого впливу (позитивного або негативного) варто розглядати у контексті певної національної культури. Національні цінності та орієнтири, система освіти й виховання мають стати надійними запобіжниками розповсюдження антицінностей у соціальних мережах. Аксіологічний статус соціальних мереж у конкретній країні також визначається рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної сфери, розвиненістю духовної та інформаційної культури громадян» [2, с. 17].

Соціальні мережі змінили спосіб взаємодії людей один з одним - завдяки можливості зв'язуватися з людьми з різних культур, з усього світу, спосіб спілкування та обміну інформацією був істотно переосмислений. Завдяки соціальним мережам стало більше обговорень і дебатів на широке коло тем, у людей з'явилася можливість кинути виклик традиційним соціальним нормам.

Соціальні мережі також вплинули на те, як люди сприймають себе та свої стосунки з іншими. Дослідники звертають увагу на той факт, що «глобальність масштабів віртуальної взаємодії сприяє виникненню персонально-анонімної форми спілкування. Соціальні зв'язки в мережі вирізняються більшою знеособленістю і швидкоплинністю. Контакти легко встановлюються і просто перериваються. Необхідність постійної «включеності» в життєдіяльність мережевого співтовариства вимагає від користувача вміння вибудовувати складні комунікативні форми. Ускладненість мережевого спілкування зумовлена відсутністю додаткового супроводу: жестів, міміки, інтонації» [6, с. 209]. Сьогодні люди схильні ділитися особистою інформацією та думками в соціальних мережах, що може позитивно чи негативно вплинути на їхню самооцінку. Крім того, люди можуть спілкуватися з людьми з усього світу, що може призвести до посилення відчуття самотності та ізоляції, якщо не керувати цим процесом належним чином.

Завдяки соціальним мережам змінився й спосіб, у який люди споживають новини та медіа. Поширення дезінформації та пропаганди може бути спричинено тим, що люди частіше отримують новини з платформ соціальних мереж. Люди можуть більш схильні формувати думку на основі упередженої або неправдивої інформації, а це може серйозно впливати на

соціальні норми. Але соціальні мережі можуть надавати інформацію таким чином, щоб покращити координацію щодо норми чи дії шляхом створення загальновідомих відомостей.

Таким чином, соціальні мережі можуть впливати на багато аспектів людського життя, наприклад, на рішення, цінності, індивідуальні погляди та переконання щодо того, що прийнятно, а що ні, подаючи різні типи історій чи подій. Крім того, як слушно зазначають дослідники, «соціальні мережі, представлені вебзастосунками, що дають змогу людям взаємодіяти між собою, забезпечують середовище для обміну всіма видами контенту, який створюють іншими медіаінструментами, є ефективним інструментом розвитку міжкультурної комунікації, оскільки надають людині можливість не лише вільно спілкуватися, але й відкривати для себе міжкультурні цінності та легко адаптуватися до них» [4, с. 24]. Соціальні мережі змінюють спосіб мислення людини та її життя загалом, сприяють трансформації особистості та формуванню нових переконань, зокрема, щодо гендерних ролей, расових та релігійних питань, можуть допомогти зрозуміти різні точки зору та думки, надаючи інформацію про різні культури. У такий спосіб й відбувається трансформація людських цінностей, а ознайомлення з різними типами цінностей і переконань може допомогти зрозуміти власні цінності та переконання. Доволі часто виробники медіа-контенту мають певні соціальні інтереси, тож пропонують медіаконтент, який просуває або спростовує певні точки зору. Уряди, корпорації, некомерційні організації, коледжі, насправді більшість організацій, усі намагаються формувати медіаконтент, щоб рекламувати себе та свої цінності. У своїй найбільш жорсткій формі, на рівні уряду, цей тип медіавпливу може стати пропагандою, комунікацією, яка навмисно намагається переконати свою аудиторію в ідеологічних, політичних чи комерційних цілях. Пропаганда часто (але не завжди) спотворює правду, вибірково подає факти або використовує емоційні заклики.

У взаємовпливові соціальних мереж і цінностей є й інший аспект: у всі епохи культурні цінності формували спосіб створення, використання та контролю засобів масової інформації, до яких відносяться й соціальні мережі. Тож цілком логічно поставити питання про те, як культурні цінності формують медіа та масову комунікацію.

Однією з ключових цінностей в усьому цивілізованому і прогресивному світі є свобода слова, однак слово та преса не завжди вільні - культурні цінності встановлюють обмеження, і ці межі, як і цінності, з часом змінюються (наприклад, не допускаються непристойності). Одна з переваг соціальних мереж якраз і полягає в тому, що вони сприяють свободі слова та самовираження, яка вважається однією з основних цінностей у сучасному суспільстві. Соціальні мережі забезпечують платформу для соціального спілкування, самовираження та публічних дискусій на різноманітні теми, за допомогою соціальних медіа людей заохочують бути активними громадянами спільноти (наприклад, Twitter є привабливим місцем для політичних активістів). Соціальні мережі також заохочують до творчості та є джерелом натхнення для багатьох людей. Люди дізнаються різні історії, події з реального життя по всьому світу та мають можливість розвивати свою індивідуальність.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у комплексному аналізі специфіки прояву взаємовпливу соціальних мереж та культурних цінностей і норм.

Висновки. У сучасному суспільстві соціальні мережі є механізмом збереження і водночас трансляції культурних цінностей і норм, а також консолідації, самоорганізації і культурної ідентифікації соціальних груп. Багаторазове перетинання культурних кордонів – прийняття чи заперечення культурних цінностей і норм «чужої» культури - може сформувати стійкі асоціативні зв'язки з «чужою» культурою, і призвести до виходу зі «своєї».

Соціальні мережі змінюють культурні цінності (зокрема, повага, сім'я, освіта, свобода і рівність) і норми (зокрема, повага до старших, до влади, до приватного життя та до власності, а також почуття порядку), що виявляється в міжкультурному та міжнародному спілкуванні, способі взаємодії людей один з одним; особливостях сприйняття себе та своїх стосунки з іншими. А також специфіці споживання людьми новин та медіа загалом. Водночас культурні цінності впливають на соціальні мережі, диктуючи їм необхідність дотримання певних суспільних норм.

У різних культурах користувачі соціальних мереж переважно створюють контент, який підтримує їхні емоційні цінності, але при цьому на них більше впливає контент, який порушує ці цінності. Це твердження має значення для теорій про те, який афективний вміст поширюється в соціальних мережах, і для

програм, пов'язаних з оптимальним дизайном і використанням платформ соціальних мереж у всьому світі. Спостереження за тим, як різні культури та субкультури подають ту саму подію, може свідчити про різні культурні цінності цих культур.

Література

1. Іванина Р. We are social 2023: соціальні мережі, інтернет та тенденції електронної комерції. Elit: вебсайт. 2023, 20 лют. URL : <https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023> (дата звернення: 17.07.2023).
2. Калиновський Ю. Аксіологічний статус соціальних мереж як соціокультурна проблема. URL : http://dSPACE.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/19820/1/4_KALYNOVSKYY.pdf (дата звернення: 10.06.2023)/
3. Кац Х. Формування культурних трендів через інтернет-спільноти. URL : <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> (дата звернення: 10.07.2023)
4. Конюкова І. Я., Сидоровська Є. А. Тенденції розвитку міжкультурної комунікації в соціальних мережах. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2022. № 4. С. 21–25.
5. Трач Ю. В. Комп'ютерні соціальні мережі як чинник віртуалізації культури. Українська культура: перспективи євроінтеграції. Інноваційні процеси в сучасній культурі : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 7–8 квіт. 2016 р. / КНУКіМ, к-ра комп'ютерних наук, к-ра культурології. У 2-х ч. Київ : КНУКіМ, 2016. Ч. 2. С. 172–174.
6. Трач Ю. В. Соціокультурна взаємодія в Інтернет-просторі. Питання культурології. 2017. Вип. 33. С. 206–213.
7. Турчин А. В. Класифікація соціальних мереж. Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 23–25 листоп. 2016 р., м. Кропивницький. Кропивницький, 2016. С. 206.
8. Arafah B., Hasyim M. Linguistic Functions ofEmoji in Social Media Communication. Opción. 2019. Vol. 35(24), pp. 558–574.
9. Campbell R. et al. Media & Culture: Mass Communication in the Digital Age. URL : https://www.chinhghia.com/Media_Culture.pdf (дата звернення: 17.07.2023)
10. Castells M. The Rise of the Network Society. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell. 1996. 597 p. URL : https://deterritorialinvestigations.files.wordpress.com/2015/03/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.pdf (дата звернення: 11.07.2023)

11. Most Popular Social Networks Worldwide as of January 2023, Ranked by Number of Monthly Active Users. Statista. 2023, Feb 14. URL : <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (дата звернення: 10.06.2023).

12. Solomatova V. Візуальна культура в соціальних мережах. Культура і мистецтво у сучасному світі. 2019. Вип. (20). С. 200–208.

References

1. Ivanyna, R. (2023). We are social 2023: social networks, the Internet and e-commerce trends. Elit: website. 2023, February 20 URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023> [in Ukrainian]

2. Kalynovskyi, Yu. (2016). Axiological status of social networks as a sociocultural problem. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/19820/1/4_KALYNOVSKYY.pdf [in Ukrainian]

3. Kats, H. (2017). Formation of cultural trends through Internet communities. URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> [in Ukrainian]

4. Koniukova, I. Ya., Sydorovska, Ye. A. (2022). Development trends of intercultural communication in social networks. Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv. №. 4. pp. 21–25. [in Ukrainian]

5. Trach, Yu. V. (2016). Computer social networks as a factor in the virtualization of culture. Ukrainian culture: prospects for European integration. Innovative processes in modern culture: materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference, Kyiv, April 7–8. 2016. Kyiv. Part 2. pp. 172–174. [in Ukrainian]

6. Trach, Yu. V. (2017). Sociocultural interaction in the Internet space. Pytannia kulturolohii. Issue 33. pp. 206–213. [in Ukrainian]

7. Turchyn, A. V. (2016). Classification of social networks. Actual problems and achievements in the field of cyber security: materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference, November 23–25 2016, Kropyvnytskyi. Kropyvnytskyi. pp. 206. [in Ukrainian]

8. Arafah, B., Hasyim, M. (2019). Linguistic Functions of Emoji in Social Media Communication. Option. Vol. 35(24), pp. 558–574. [in English]

9. Campbell, R. et al. (2014). Media & Culture: Mass Communication in the Digital Age. URL: https://www.chinhnghia.com/Media_Culture.pdf. [in English]

10. Castells, M. (1996). The Rise of the Network Society. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell. URL: https://deterritorialinvestigations.files.wordpress.com/2015/03/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.pdf. [in English]

11. Most Popular Social Networks Worldwide as of January 2023, Ranked by Number of Monthly Active Users. Statista. 2023, Feb 14. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. [in English]

12. Solomatova, V. (2019). Visual culture in social networks. Kultura i mystetstvo u suchasnomu sviti. Issue (20). pp. 200–208. [in English]

*Стаття надійшла до редакції 10.07.2023
Отримано після доопрацювання 14.08.2023
Прийнято до друку 23.08.2023*