

Ломачинська Ірина Миколаївна, доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії і релігієзнавства, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Україна
e-mail: i.lomachynska@kubg.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-2537-6322

Рихліцька Оксана Дмитрівна, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри етики, естетики і культурології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна
e-mail: o.rykhlytska@knu.ua
ORCID ID: 0000-0002-6603-9915

ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТИРІВ УКРАЇНСЬКОГО ІНТЕРНЕТ-ПОКОЛІННЯ

У статті обґрунтовано, що соціальні мережі стали потужним інструментом впливу на суспільство, особливо на молодь. Лідери думок у мережах формують світогляд та поведінку, а штучний інтелект змінює способи комунікації. У відповідь на ці виклики важливо розвивати критичне мислення та цифрову етику, щоб зменшити негативний вплив мереж на психічне здоров'я молоді.

Ключові слова: соціальні мережі, інтернет-покоління, ціннісні орієнтири, цифрова доба, цифровізація, цифрова людина, лідери соціальних мереж, кібербулінг, штучний інтелект.

Постановка проблеми. Глобалізований світ цифрової доби завдяки феномену соціальних мереж створює потужне середовище комунікації, що не лише забезпечує отримання інформації, але стає невід'ємною частиною соціально-політичної і культурної реальності та формування громадської думки. У соціальних мережах ключовою фігурою постає людина і процес її взаємодії з соціумом, що сприяє перетворенню соціальних мереж на ефективний інструмент інституалізації соціокультурних змін, соціалізації та інтеграції людей. В означених умовах особливо актуальною постає проблема впливу соціальних мереж на світогляд інтернет-покоління, сформованого вихідцями з цифрових технологій, які формують свої погляди через соціальні мережі, що впливають на формування ціннісних орієнтацій та стратегій соціальної

взаємодії. Соціальні мережі заохочують користувачів до активного вираження своєї позиції, стилю життя, формування власного цифрового іміджу, що впливає на їхню громадянську активність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження стали праці українських і зарубіжних науковців, що акцентують увагу на необхідності комплексного вивчення ключових аспектів впливу соціальних мереж на представників інтернет-покоління. Філософський аналіз феномену цифрової доби розкритий на основі досліджень М. Требіна [11] та Ю. Шабанової [12].

Сутнісні соціально-психологічні, комунікаційні, пізнавальні риси інтернет-покоління представлено в дослідженнях В. Бархате і К. Дірані [13], І. Ломачинської та Ю. Гришиної [6; 14], А. Мюнш [16], С. Піхлер, С. Колі та Н. Граніц [17], Г. Талмона [18].

Проблему морально-психологічних та соціально-культурних засад функціонування соціальних мереж представлено в роботах Ю. Алексеєнко [1], М. Бірюкової [2], О. Гаврилюк [3], О. Гречановської, О. Мегем та Л. Потапюк [4]. Безпекові аспекти соціальних мереж розкрито на основі досліджень Г. Певцова, С. Залкіна, О. Ревіна, С. Сідченко та К. Хударковського [9]. Морально-етичні аспекти проблеми впливу кібербулінгу на сучасну молодь розкриваються в контексті публікації А. Олейник [7].

Однак поза увагою науковців залишається проблема філософського аналізу специфіки світосприйняття та світорозуміння інтернет-покоління, зокрема впливу соціальних мереж як динамічного явища на систему цінностей українського інтернет-покоління.

Метою статті є виокремлення ключових викликів соціальних мереж, які впливають на ціннісні орієнтири українського інтернет-покоління.

Методологічною основою дослідження стало поєднання загальнонаукових методів, що сприяли осмисленню проблеми взаємодії інтернет-покоління з соціальними мережами у смислових, культурних і ціннісних вимірах: діалектичний метод дав змогу розкрити взаємозв'язок соціальних мереж та інтернет-покоління через суперечності їхньої взаємодії в контексті конструювання ідентичності; феноменологічний метод допоміг встановити, як представники інтернет-покоління переживають і осмислюють свій досвід у соціальних мережах; герменевтичний метод сприяв виявленню ключових чинників трансформації онлайн-спільнотами культурних смислів; використання порівняльного методу уможливило виокремлення комунікативних особливостей інтернет-покоління.

Виклад основного матеріалу. У сучасну цифрову епоху соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя більшості людей у світі та перетворилися на потужний засіб інституціалізації соціокультурних змін, соціалізації

та інтеграції, а також впливу на масову свідомість. Оскільки багато сфер життя потребують швидкої комунікації, можна припустити, що соцмережі й надалі розвиватимуться та вдосконалюватимуться. Філософським підґрунтям феномену соціальних мереж, за Ю. Шабановою [12], можна вважати номадологічну концепцію, розроблену французькими постмодерністами Жилем Дельозом і Феліксом Гваттарі. Вони запропонували ідею різими – спосіб мислення та світосприйняття, що протистоїть лінійній структурованості, розвивається нелінійно та має гнучку, відкриту траєкторію змін.

Нові соціальні медіа являють собою сучасні методи надання послуг, створення, розповсюдження інформації та обміну нею через цифрові технології, зосереджуючи увагу на їхньому технічному аспекті. Водночас у соціальних мережах головну роль відіграє людина та її взаємодія з іншими користувачами і суспільством загалом [1, с. 161].

Темпи зростання популярності соціальних мереж вражають – щороку їхня аудиторія збільшується на мільйони активних користувачів. Спільні соціокультурні риси формують зміни у свідомості людей, об'єднуючи їх на соціально-психологічному та ідеологічному рівнях. Водночас легкий доступ до інформації через соціальні мережі відкриває мільйонам людей нові можливості для активної участі в сучасних політичних та соціально-культурних процесах. Відповідно, можна виокремити низку суттєвих функцій, властивих соціальним мережам, що безпосередньо впливають на формування ціннісних орієнтирів особистості: інформаційну – доступ до новин, аналітики, блогів та інших інформаційних ресурсів; комунікаційну – швидкий обмін повідомленнями, відео, фото та іншими даними між людьми в будь-якій точці світу; освітню – забезпечення можливостей для освіти та самоосвіти; політичну – сприяння реалізації різних форм громадянської активності; функцію соціалізації, що реалізується шляхом встановлення та підтримки контактів, формування спільнот за інтересами. Спираючися на дослідження О. Гаврилюк [3, с. 227], можна виділити функцію міжкультурної адаптації, адже соціальні мережі сприяють взаємодії з різними людьми, культурами та ідеями, допомагаючи індивіду відчувати задоволеність життям і активно долучатися до соціального й культурного життя нових спільнот.

Однак динаміка «глобалізації» життєвого простору людини актуалізує для соціальних мереж процеси зрощування, переплетення реального та віртуального соціального життя. Одними з найважливіших функцій соціальних мереж стають функції самоактуалізації, «оцінювання» та фільтрування. Основною технологією, що дає змогу реалізовувати всі вищезазначені функції в соціальних мережах, виступає особистий акаунт [2, с. 140].

Соціальні мережі охоплюють різні соціальні верстви та вікові групи, стаючи платформою для різних видів активності – політичної, економічної,

фінансової, комерційної, освітньої та культурної. Вони сприяють утворенню «віртуальних» спільнот, що об'єднують людей з різними соціальними статусами, включно з лідерами та учасниками ієрархічних структур. Відповідно, феномен «цифрової людини» – представника сучасного цифрового суспільства формується як відповідь на запит цифрового суспільства світу, значущість соціальних аспектів існування якого вона неодмінно повинна усвідомлювати.

Термін «*Homo digitalis*» уперше запровадив Марк Пренскі у 2001 р. для позначення покоління, що зросло в епоху цифрових технологій. Для цих людей цифрові канали є основним джерелом інформації, а технології стали невід'ємною частиною їхнього повсякденного життя [11, с. 21].

В українській науковій думці часто застосовується поняття «цифрова людина», яка формується як інформаційно-знаннєвий носій та інтерпретатор величезної кількості інформації [5, с. 17], хоча варто зазначити, що поняття «цифрова людина» (*digital human*) та «*Homo digitalis*» мають багато спільного, але не є повністю тотожними. Серед спільних рис – орієнтація на цифрове середовище, здатність до формування нових когнітивних навичок, зміни в соціальних зв'язках, що виявляються залежно від соцмереж і онлайн-ідентичності. Однак є й суттєві відмінності: *Homo digitalis* – термін, запропонований Марком Пренскі для позначення «цифрових уродженців» (*digital natives*), тобто людей, які виростили в оточенні технологій. «Цифрова людина» в українській науці має ширше тлумачення і може включати не тільки народжених у цифрову епоху, а й тих, хто адаптувався до неї («цифрові іммігранти», за Пренскі).

Молодь сучасної цифрової доби (а саме – *Homo digitalis*) у сучасній західній науковій думці називають «поколінням Zers», «постміленіалами» або «iGen», це покоління, яке народилося з середини 1990-х до початку 2010-х, де точні дати різняться залежно від обраного автора та активності становлення цифрового суспільства в певній державі, але найчастіше це 1995–2010 рр. [14].

Уродженці цифрових технологій інакше взаємодіють із навколишнім світом завдяки ранньому знайомству з технічними засобами, що зумовлює низку їх соціально-психологічних та комунікаційних особливостей. Представники Інтернет-покоління звикли використовувати технології та соціальні мережі для різних видів соціальної активності [16].

Більшість молоді проводить щонайменше 9 годин на день, узаємодіючи з цифровим контентом, причому основним джерелом інформації є онлайн-відео: 95% щодня переглядають YouTube. Більше половини регулярно створюють власний контент в інтернеті, і значна частина публікує відео на платформах соціальних мереж принаймні раз на тиждень [18].

Можемо стверджувати, що українські представники інтернет-покоління є більш свідомими, аніж їхні однолітки з інших країн, оскільки нові виклики в інформаційному просторі потребували нових відповідей. Їм властивий індивідуалізм, упевненість у собі, критичність, більша свобода вираження поглядів, вірність власним цілям і принципам [6].

У 2024 р. серед молоді віком 18–29 років найбільшу популярність зберігає Telegram (90,5%), також мають популярність ТікТок (34,3%), YouTube (53,4%), Instagram (40,3%) та Facebook (23%) [8].

Таким чином, серед основних соціально-психологічних характеристик, властивих інтернет-поколінню, можливо виділити: постійне залучення до цифрового середовища, здатність до швидкого споживання інформації, прагнення до глобальної комунікаційної взаємодії з представниками інших культур, здатність до виконання кількох інформаційних завдань (наприклад, спілкуватися в чаті, дивитися відео та виконувати інформаційні завдання), прагнення до інтерактивності, що проявляється в активному створенні інформаційного контенту, а не лише його пасивного споживання.

У цифровому просторі спілкування формує унікальну віртуальну реальність із власними законами та правилами. Соціальні мережі охоплюють представників різних соціальних верств і вікових категорій, слугуючи платформами для широкого спектра соціальної активності, зокрема політичної, фінансової, економічної, комерційної, освітньої та культурної. Вони сприяють створенню «віртуальних» спільнот, що об'єднують людей із різними соціальними позиціями, включно з ієрархічною структурою та лідерами [4, с. 62].

Лідери в соціальних мережах завойовують довіру та увагу аудиторії через якісний, цікавий та релевантний контент (відео, тексти, подкасти, стріми тощо). Популярність лідера залежить від того, наскільки часто його контент поширюється, коментується та подобається аудиторії. Чим активніша взаємодія, тим вище його публікації у стрічках новин. Довіра до лідера, зазвичай, оснований на його експертності, чесності та послідовності у висловлюванні поглядів. Важливим фактором є також його поведінка в кризових ситуаціях (наприклад реакція на скандали або фейки).

Інтернет-покоління також очікує вчитися у своїх лідерів, має бажання посилатися на успішних людей і наслідувати їхню поведінку [13].

Відповідно, лідери в соціальних мережах – блогери, інфлуенсери, громадські діячі – відіграють ключову роль у формуванні світогляду, норм і поведінкових моделей сучасної молоді. Інтернет-покоління, яке значну частину часу проводить у цифровому просторі, часто орієнтується на цінності та стилі життя, які пропагують ці лідери. Завдяки їм формуються нові патріотичні, екологічні або соціально відповідальні орієнтири. Однак частина інфлуенсерів активно просуває культуру споживання, де успіх асоціюється з брендови-

ми речами, дорогими подорожами та розкішним способом життя. Це може змінювати уявлення молоді про пріоритети, підсилюючи прагнення до матеріального благополуччя як головного критерію успішності. У представників інтернет-покоління відбувається зміна уявлень про самореалізацію та кар'єру, а традиційне бачення кар'єрного розвитку трансформується під впливом блогерів, які демонструють альтернативні шляхи досягнення успіху, – через створення контенту, стартапи або роботу в цифровій сфері. Це може як мотивувати молодь до креативного самовираження, так і викликати ілюзію легкого заробітку.

Відповідно, розвиток соціальних мереж супроводжується низкою негативних соціально-психологічних наслідків, на яких наголошують українські та зарубіжні дослідники. Зокрема, представники інтернет-покоління проводять більше часу наодинці, а постійне спілкування зі смартфонами, відеоіграми та соціальними медіа призводить до технологічної залежності, браку сну, проблем із дефіцитом уваги та депресією. Серед представників інтернет-покоління, більш схильного до індивідуалізму в плані навчання, спілкування та міжособистісної взаємодії, зменшується можливість розвивати такі необхідні соціальні навички [17]. Особливу увагу привертають психологічні проблеми в людей, які активно користуються соціальними платформами, зокрема підвищений ризик розвитку психічних і нервових розладів, зростання агресії, порушення сну, виникнення страхів і тривожності. Водночас значна частина проблем, пов'язаних із використанням соціальних мереж, стосується інформаційної безпеки, зокрема можливості використання особистих даних у корисливих цілях, несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації тощо [10].

Для окремих представників інтернет-покоління характерна знижена здатність формувати концептуальні зв'язки, виникають складнощі в розрізненні фактів і думок у мережі [18]. Ці психологічні проблеми часто провокують в осіб прояви різних форм девіантної поведінки, зокрема кібербулінгу, що проявляється в агресивних діях, спрямованих на приниження, залякування або переслідування опонента за допомогою цифрових технологій. У соціальних мережах кібербулінг набуває різних форм, серед яких найпоширенішими є: поширення неправдивої інформації, образливі коментарі та публікації, переслідування, спам повідомленнями, створення фейкових акаунтів, щоб обманути або зганьбити жертву тощо.

Основною складовою кібербулінгу, за А. Олейник [7, с. 119], є мова ворожнечі, використовуючи яку в мережі, опонент може виражати власну девіантну поведінку. Особи з агресивною поведінкою формують власні спільноти в соціальних мережах, провокуючи розпалювання ненависті, підбурювання до насильства, тероризму та навіть геноциду. Ці платформи сприяють

об'єднанню однодумців, що дає можливість кожному користувачеві долучитися до поширення мови ворожнечі. Важливою особливістю таких спільнот є можливість зберігати анонімність, що значно відрізняється від офлайн-середовища. Мова ворожнечі в кіберпросторі може мати ще серйозніші наслідки, ніж у реальному житті, оскільки охоплює ширшу аудиторію та дозволяє зловмисникам залишатися невидимими за екранами своїх пристроїв.

Кібербулінг – це серйозна проблема цифрового світу, що може мати складні моральні наслідки та потребує активної протидії. Кібербулінг не просто завдає емоційної шкоди, а може трансформувати систему цінностей інтернет-покоління, змінюючи його ставлення до моральних норм, співчуття та соціальної відповідальності. Постійний контакт із проявами онлайн-агресії може призводити до зниження рівня співчуття, адже окремі люди можуть звикати до жорстоких висловлювань, образ і цькування, що сприяє сприйняттю їх як норми. Під впливом кібербулінгу молодь може змінювати уявлення про добро і зло. Участь у цькуванні (навіть пасивна, через спостереження) може сприяти толерантності до несправедливості, а також формуванню переконання, що домінування над іншими – це спосіб самоствердження.

У психологічному плані жертви кібербулінгу можуть відчувати сильний стрес, тривожність, депресію, зниження самооцінки, що провокують людину уникати публічного самовираження або навіть змінювати свої погляди, аби не стати мішенню для нападів. Це може формувати культуру страху та небажання відкрито висловлювати власну думку. У соціальному аспекті постійне зіткнення з кібербулінгом може викликати у молоді відчуття несправедливості та втрати віри в соціальні інститути, призводити до байдужості або, навпаки, до радикалізації поглядів як способу захисту.

Серед викликів, які постають перед соціальними мережами у процесі формування ціннісних орієнтирів українського інтернет-покоління, значну роль відіграє штучний інтелект (ШІ). Він змінює способи комунікації, модерацию контенту, персоналізацію інформації та рівень безпеки. Хоча алгоритми ШІ покликані оптимізувати взаємодію користувачів, вони також породжують дискусії щодо етичних аспектів, конфіденційності даних та можливих маніпуляцій інформацією.

Українські науковці виділяють такі напрями використання технологій ШІ в соціальних мережах: створення дипфейків; створення штучних образів людей, які реально не існують, що надає необмежені можливості для створення і розповсюдження будь-яких інформаційних повідомлень; поширення інформаційного контенту з використанням чатботів; контент-аналіз інформаційного потоку тощо [9, с. 63].

ШІ-алгоритми сприяють поширенню проукраїнського контенту в соціальних мережах, підтримуючи громадянську активність та мобілізаційні

ініціативи. Вони допомагають швидко розповсюджувати важливу інформацію, організувати волонтерські рухи та акції підтримки, що формує відчуття єдності та відповідальності за майбутнє країни. Алгоритми ШІ сприяють популяризації української мови та культури в соціальних мережах, рекомендуючи український контент користувачам, зміцнюючи національну ідентичність.

Молодь звикла швидко реагувати на зміни та пристосовуватися до нових викликів, однак в умовах повномасштабної війни українське інтернет-покоління змушене бути обережним із джерелами інформації, аналізувати новини та протидіяти дезінформації. Розвиток навичок критичного мислення та медіаграмотності стає життєвою необхідністю для безпеки користування соціальними мережами.

Висновки. Швидко поширюючись по всьому світу, соцмережі набувають дедалі більшого визнання. Значний розвиток соціальних мереж та користування ними досить великої кількості людей може суттєво впливати на формування певного уявлення особи про ті чи інші явища в суспільстві, а також формувати відповідне ставлення до окремих дій, вчинків, реалізації політики тощо. Лідери думки в соціальних мережах формують систему цінностей інтернет-покоління, змінюючи уявлення про мораль, успіх, соціальну відповідальність і самореалізацію. Українське інтернет-покоління формувалося під час загарбницької війни росії, що зумовлює необхідність постійного вдосконалення власних інформаційно-цифрових компетентностей та критичного мислення. Важливо розвивати критичне мислення та свідомий підхід до вибору інформації, щоб уникнути маніпуляцій і зберегти власну систему цінностей у цифрову епоху.

Кібербулінг має глобальний негативний вплив на формування ціннісних орієнтирів сучасної молоді, яка зростає в епоху цифрових технологій, адже трансформує систему цінностей інтернет-покоління, змінюючи його ставлення до моральних норм, співчуття та соціальної відповідальності. Для запобігання негативним наслідкам важливо розвивати критичне мислення, цифрову етику та культуру взаємоповаги у віртуальному просторі.

Штучний інтелект у соціальних мережах впливає на ціннісні орієнтири української молоді, зокрема значною мірою моделює громадянську активність, культурну ідентичність, уявлення про успіх та критичне мислення. Його роль залишається двозначною: він може сприяти позитивним змінам, але також викликати ризики інформаційної ізоляції, маніпуляцій та емоційного тиску. Однак важливо навчитися усвідомлено споживати інформацію та використовувати можливості ШІ для власного розвитку та зміцнення суспільних цінностей.

Цінності українського інтернет-покоління в умовах війни справді унікальні. Вони поєднують у собі силу національної єдності, цифровий активізм, стійкість і гуманізм. Українська молодь використовує соцмережі не просто як розважальний простір, а як інструмент боротьби, взаємопідтримки та формування майбутнього країни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеев Ю. Соціальні медіа й соціальні мережі в процесі конвергенції старих і нових медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. № 32 (71). С. 160–164. doi: <https://doi.org/110.32838/2710-4656/2021.5-2/25>.
2. Бірюкова М. Технології самопросування в соціальних мережах. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2021. № 89. С. 138–145.
3. Гаврилюк О. Соціальні мережі як чинник культурної адаптації і соціалізації. *Культурологічний альманах*. 2023. № 2. С. 225–231. doi: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.2.31>.
4. Гречановська О., Мегем О., Потапюк Л. Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2023. № 34 (73), вип. 4. С. 60–66. doi: <https://doi.org/10.32782/2709-3093/2023.4/11>.
5. Дзьобань О. Цифрова людина як філософська проблема. *Інформація і право*. 2021. № 2. С. 9–19. doi: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2021.2\(37\).238330](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2021.2(37).238330).
6. Ломачинська І., Гришина Ю. Інтернет-покоління і консцієнтальні війни сучасності. *Вісник Львівського університету. Серія: Філософсько-політологічні студії*. 2024. № 52. С. 161–168. doi: <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.52.19>.
7. Олейник А. Етичні феномени соціальних мереж: мова ворожнечі, кіберненависть та кібербулінг. *Вісник Львівського університету. Серія: Філософсько-політологічні студії*. 2022. № 42. С. 118–124. doi: <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.42.15>.
8. «Опора»: найпопулярнішими соцмережами в Україні є телеграм, ютуб та фейсбук. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35557/2024-07-16-opora-naupopulyarnishymy-sotsmerezhamy-v-ukraini-ie-telegram-yutub-ta-feysbuk/> (дата звернення: 21.12.2024).
9. Певцов Г., Залкін С., Ревін О., Сідченко С., Хударковський К. Методологічний підхід до підготовки і проведення інформаційної (психологічної) операції у соціальних мережах. *Системи обробки інформації*. 2022. № 2 (169). С. 58–65.
10. Предместніков О., Хотмірова В. Соціальні мережі як майданчик для порушення прав людини: можливості та загрози. *Scientific Collection «InterConf»*. 2023. № 156. С. 276–284.

11. Требін М. Цифрове суспільство: спроба проникнення в сутність. *Цифрова епоха: міждисциплінарний дискурс* : монографія. Харків : Право, 2024. С. 4–30.
12. Шабанова Ю. Соціальні мережі в антропологічному вимірі метамодерну. *Digital transformations in culture*. Riga : Baltija Publishing, 2023. С. 330–346. doi: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-19>.
13. Barhate B., Dirani K. Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*. 2022. Vol. 46, №1/2. P. 139–157. doi: <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>.
14. Lomachinska I., Hryshyna Y. Internet generation in religious cyberspace: worldview challenges of the digital age. *SKHID*. 2024. Vol. 6, №2. P. 20–27. doi: <https://doi.org/10.21847/2411-3093.623>.
15. Lomachinska I., Lomachynskyi B., Rykhlytska O. Digital culture in scientific libraries. *SKHID*. 2024. Vol.6, №1. P. 43–49. doi: <https://doi.org/10.28925/2411-3093.2024.615>.
16. Munsch A. Millennial and generation Z digital marketing communication and advertising effectiveness: A qualitative exploration. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. 2021. Vol. 31, №1. P. 10–29. doi: <https://doi.org/10.1080/21639159.2020.1808812>.
17. Pichler S., Kohli C., Granitz N. DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*. 2021. Vol. 64, №5. P. 599–610. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>.
18. Talmon G. Generation Z: What's Next? *Medical Science Educator*. 2019. Vol. 29 (1). P. 9–11. doi: <https://doi.org/10.1007/s40670-019-00796-0>.

REFERENCES

1. Alekseienko, Yu. (2021). Sotsialni media y sotsialni merezhi v protsesi konverhentsiyi starykh i novykh media. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka – Academic notes of the V. I. Vernadsky TNU. Series: Philology. Journalism*. 32 (71), 160–164. doi: <https://doi.org/110.32838/2710-4656/2021.5-2/25> [in Ukrainian].
2. Biriukova, M. (2021). Tekhnolohiyi samoprosuvannya v sotsialnykh merezhakh. *Sotsialni tekhnolohii: aktualni problemy teorii ta praktyky – Social technologies: current problems of theory and practice*, 89, 138–145 [in Ukrainian].
3. Havryliuk, O. (2023). Sotsialni merezhi yak chynnyk kulturnoyi adaptatsiyi i sotsializatsiyi. *Kulturolohichnyi almanakh – Culturological Almanac*, 2, 225–231. doi: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.2.31> [in Ukrainian].
4. Hrechanovska, O., Mehem, O., Potapiuk, L. (2023). Vplyv sotsialnykh merezh na psykhologichnyy stan ta samoootsinku ukrayinskoyi molodi. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Psykholohiia – Scientific notes of the V. I. Vernadsky TNU. Series: Psychology*, 34 (73), 4, 60–66. doi: <https://doi.org/10.32782/2709-3093/2023.4/11> [in Ukrainian].
5. Dzoban, O. (2021). Tsyfrova lyudyna yak filosofska problema. *Informatsiia i parvo – Information and Law*, 2, 9–19. doi: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2021.2\(37\).238330](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2021.2(37).238330) [in Ukrainian].

6. Lomachinska, I., Hryshyna, Yu. (2024). Internet-pokolinnya i konstsiyentalni viyny suchasnosti. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia filos.-politolog. studii – Bulletin of Lviv University. Series of philosophical and political studies*, 52, 161–168. doi: <https://doi.org/10.30970/PPS.2024.52.19> [in Ukrainian].
7. Oleinyk, A. (2022). Etychni fenomeny sotsialnykh merezh: mova vorozhnechi, kibernenavyst ta kiberbulinh. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia filos.-politolog. studii – Bulletin of Lviv University. Series of philosophical and political science studies*, 42, 118–124. doi: <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.42.15> [in Ukrainian].
8. «Opora»: naypopulyarnishymy sotsmerezhamy v Ukrayini ye Telegram, YouTube ta Facebook. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35557/2024-07-16-opora-naypopulyarnishymy-sotsmerezhamy-v-ukraini-ie-telegram-yutub-ta-feysbuk/> [in Ukrainian].
9. Pievtsov, H., Zalkin, S., Revin, O., Sidchenko, S., Khudarkovskyi, K. (2022). Metodolohichnyy pidkhid do pidhotovky i provedennya informatsiynoyi (psykholohichnoyi) operatsiyi u sotsialnykh merezhakh. *Systemy obrobky informatsii – Information processing systems*, 2 (169), 58–65 [in Ukrainian].
10. Predmestnikov, O., Khotmirova, V. (2023). Sotsialni merezhi yak maydanchyk dlya porushennya prav lyudyny: mozhlyvosti ta zahrozy. *Scientific Collection «InterConf»*, 156, 276–284 [in Ukrainian].
11. Trebin, M. (2024). Tsyfrove suspilstvo: sproba pronyknennya v sutnist. *Tsyfrova epokha: mizhdystsyplinaryni dyskurs*. Kharkiv: Pravo, 4–30 [in Ukrainian].
12. Shabanova, Yu. (2023). Sotsialni merezhi v antropolohichnomu vymiri metamodernu. *Digital transformations in culture*. Riga: Baltija Publishing, 330–346. doi: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-19> [in Ukrainian].
13. Barhate, B., Dirani, K. (2021). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, Vol. 46, 1/2, 139–157. doi: <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
14. Lomachinska, I., Hryshyna, Y. (2024). Internet generation in religious cyberspace: worldview challenges of the digital age. *Skhid – Skhid*, 6 (2), 20–27. doi: <https://doi.org/10.21847/2411-3093.623>
15. Lomachinska I., Lomachynskyi B., Rykhlitska, O. (2024). Digital culture in scientific libraries. *Skhid – Skhid*, 6(1), 43–49. doi: <https://doi.org/10.28925/2411-3093.2024.615>
16. Munsch, A. (2021). Millennial and generation Z digital marketing communication and advertising effectiveness: A qualitative exploration. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 31(1), 10–29. doi: <https://doi.org/10.1080/21639159.2020.1808812>
17. Pichler, S., Kohli, C., Granitz, N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*, 64(5), 599–610. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>
18. Talmon, G. (2019). Generation Z: What's Next? *Medical Science Educator*, 29 (1), 9–11. doi: <https://doi.org/10.1007/s40670-019-00796-0>

Lomachinska Iryna Mykolaivna, Doctor of Philosophical sciences,
Professor of the Department of Philosophy and Religious Studies
of Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ukraine

Rykhlytska Oksana Dmytrivna, Candidate of Philosophical Sciences
(Ph.D. in Philosophy), Associate Professor, Department of Ethics, Aesthetics,
and Cultural Studies of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE FORMATION OF VALUE ORIENTATIONS IN THE UKRAINIAN INTERNET GENERATION

The article argues that social media has become a powerful tool for influencing society, especially young people. Influencers on these platforms shape worldviews and behaviors, while artificial intelligence is transforming communication methods. In response to these challenges, it is crucial to develop critical thinking and digital ethics to mitigate the negative impact of social media on mental health.

Keywords: *social networks, Internet generation, value orientations, digital era, digitalization, digital human, social network leaders, cyberbullying, artificial intelligence.*

