

Коваленко Інна Ігорівна, кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії,
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, м. Харків
e-mail: kinna087@gmail.com
ORCID iD: 0000-0002-3156-9254

Мелякова Юлія Василівна, кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, м. Харків
e-mail: melyak770828@gmail.com
ORCID iD: 0000-0002-0200-1141

ПОЗА СТАБІЛЬНИМИ КОДАМИ: КУЛЬТУРА ЦИФРОВИХ НОМАДІВ У СЕМІОТИЧНІЙ ПЕРСПЕКТИВІ

У статті застосовано семіотичний підхід для осмислення культури цифрових кочівників. Показано, що культура цифрових кочівників функціонує як динамічна семіосфера, у межах якої мобільні технології, цифрові квазіартефакти, «треті місця» та мережеві платформи виступають не лише інструментами комунікації, а й активними агентами семіотичного виробництва. Обґрунтовано, що коди цифрового номадизму мають процесуальний, контекстуальний і тимчасовий характер, що ускладнює застосування класичних моделей стабільних культурних кодів. Особливу увагу приділено аналізу ідентичності цифрових кочівників як мережевої та флюктуючої конфігурації, що формується через взаємодію з артефактами-текстами, алгоритмічними середовищами та гібридними просторами online / offline. Дійдено висновку, що цифровий номадизм доцільно розглядати не як окремий стиль життя або професійну стратегію, а як особливий режим культурного виробництва, у якому знаки, коди та смисли перебувають у стані постійної рекомбінації.

Ключові слова: цифровий номадизм, семіотика культури, мережеве суспільство, цифрові медіа, культурна ідентичність.

Вступ. Динаміка цифрової цивілізації, загальнодоступний глобальний інформаційний простір радикально впливають на сучасні культурні процеси. Інформація, знання та культурні практики стають дедалі більш швидкоплинними, тоді як відстань і територіальні кордони – менш значущими. Соціальні медіа, хмарні платформи і сервіси створюють умови для віддаленої роботи,

забезпечуючи синхронну комунікацію в різних куточках планети. Як наслідок, особиста і професійна ідентичність користувачів формуються здебільшого в онлайн-просторах, відбиваючи логіку мережевого суспільства [1].

Сьогодні особливу увагу привертають соціокультурні спільноти, для яких мобільність, підключеність до Мережі та використання цифрових технологій є не просто допоміжними інструментами, а конститутивними умовами існування, визначальними щодо самоідентифікації та способу життя [2]. Одним з таких феноменів є культура цифрових кочівників (неономадів), що виникає на перетині глобальних інформаційних потоків, платформної економіки та гібридних просторово-часових режимів повсякденності. Ця культура передбачає свободу переміщення та високий рівень цифрової автономії: неономади можуть працювати з будь-якої точки світу, використовуючи лише гаджети й інтернет.

Контекст особистісного розвитку цифрових кочівників задає передусім глобальна мобільність. Активна взаємодія в онлайн-спільнотах, обмін порадами щодо оптимальних локацій, coworking-просторів і цифрових інструментів дозволяють не лише ефективно працювати, а й створювати нові культурні практики та мережі соціальної підтримки. Відеоконференції, VR-зустрічі, платформи для фрилансерів тощо – не просто зручні сучасні технології для підвищення продуктивності. Це свідчення того, як глобальна цифровізація переплітається з повсякденним життям і формує нові моделі існування.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Цифровий номадизм є багатовимірним явищем, його вивчення передбачає інтердисциплінарний підхід. У дослідженнях останніх років дедалі частіше підкреслюється важливість соціокультурних, символічних та самоідентифікаційних аспектів цифрового кочівництва [3–5].

Неономади формують нові культурні й соціальні простори, де переплетені фізичний і віртуальний виміри [6]. Засобами конструювання індивідуальної та колективної ідентичності гібридних спільнот стають нові комунікаційні практики, мовні стратегії і символічні коди [7]. Такі особливості дозволяють осмислити цифровий номадизм не лише як спосіб організації праці, а як культурний феномен, форму соціального творення, де тісно взаємопов'язані міграційна мобільність, локальні контексти і глобальні мережі [8].

Сучасні наукові розвідки закладають основу для нових концептуальних моделей, здатних урахувати багатовимірність феномену мобільності. Особливий акцент зроблено, зокрема, на методологічних можливостях семіотики [9–11]. Теорія знакових систем дозволяє розглядати культуру цифрових номадів як динамічну систему текстів, знаків і медіа, через які формуються ідентичності, соціальні практики й культурні смисли.

Метою статті є уточнення сучасних аспектів культурної динаміки цифрового номадизму на основі методологічних можливостей семіотики культури. Завдання дослідження передбачають концептуалізацію культури цифрових кочівників як сукупності взаємопов'язаних семіотичних конфігурацій, аналіз ключових культурних кодів, медіа та знакових практик цифрового номадизму, уточнення поняття тексту, артефакту та коду в умовах мережевої мобільності, а також осмислення динаміки ідентичності цифрових кочівників як мережевого процесу.

Теоретичну основу нашого дослідження становлять семіотичні підходи Ю. Лотмана [12–15] та Р. Познера [16], зокрема концепції семіосфери, розширеного тексту, типів семіозису, коду та медіа. У поєднанні з ідеями Ч. Пірса [17] ці підходи задають аналітичну перспективу для дослідження культури як відкритої, ієрархічно організованої та водночас динамічної знакової системи. Слід, однак, зауважити, що застосування класичних моделей семіотики культури до аналізу цифрового номадизму потребує їхнього уточнення з урахуванням процесуальності, тимчасовості та алгоритмічної зумовленості сучасних знакових практик.

Виклад основного матеріалу.

Семіотика культури: методологічні перспективи дослідження культурної динаміки

Сучасна семіотика – це міждисциплінарна теорія, що аналізує знакові механізми виробництва й інтерпретації значень у комунікативних і культурних процесах [12; 16–21]. Одним з її об'єктів є семіозиси – соціально та культурно зумовлені знакові процеси, чії складники (знак, об'єкт, інтерпретант [17], а також код, медіа та контекст [16]) узаємодіють між собою, формуючи значення та інтерпретацію.

Семіозиси зумовлюють специфіку культури та її динаміку [22]. Залежно від наявності / відсутності коду, а також комунікативного наміру Р. Познер виділяє типи семіозису – комунікацію (намір передати повідомлення), сигніфікацію (значення знаку) та індикацію (знак без наміру повідомляти) [16]. Таке розрізнення дозволяє, зокрема, зафіксувати відмінності у ступені інституціоналізації, кодованості та культурної стійкості знакових процесів. Учасники семіозису – користувачі знаків. Їхня приналежність до культури зумовлена включеністю в систему конвенційних кодів. Сама ж культура більше не нагадує статичний репозитарій символічних форм. Вона перетворена на динамічне поле семантичних практик, відкриту систему, здатну до постійного продукування, трансформації та інтерпретації значень.

Семіозиси функціонують як на рівні загальних правил, так і на рівні автономного коду. Медіа на певний час стабілізують умови плину семіотичних

процесів та, у результаті, забезпечують відтворення культури. У межах теорії семіосфери та розширеної концепції тексту [12] будь-який артефакт із закодованим повідомленням може бути осмисленим як текст [16, р. 72]. Виходячи з цього, суспільство виявляється як сукупність користувачів знаків, цивілізація – як сукупність текстів (артефактів), а менталітет – як система конвенційних кодів (ментифактів), поділених носіями культури. Семіотичний зв'язок між цими рівнями визначається залежністю користувачів знаків від кодів у процесі інтерпретації текстів. Культура, отже, постає як цілісна система знаків. Вона забезпечує виробництво та сприйняття текстів індивідуальними й колективними користувачами, які застосовують конвенційні коди для передачі повідомлень, спрямованих на вирішення практичних і когнітивних завдань [16, р. 70–71]. Динаміку культури зумовлюють конкуренція та ієрархічна взаємодія знакових систем, що входять до неї [12].

Розуміння культури як організованого поля текстів дозволяє осмислити механізми формування ідентичності та структурування культурних кордонів. Ми виходимо з ідеї, що культурну приналежність визначають передусім тексти, що їх відбирають носії культури. Такі тексти мають репрезентативне значення, вони розташовані в ієрархічній структурі, їхній статус визначається тривалістю культурного функціонування та престижем медіа, через які вони циркулюють.

Найвні знакові процеси утворюють структуровані семіотичні простори, або семіосфери. Коли суспільство стикається з неосвоєним сегментом реальності, що раніше перебував поза межами культурного простору, воно включає його до культури шляхом накладання елементарних семіотичних кодів. У термінах Ю. Лотмана йдеться про залучення до семіосфери екстракультурної сфери, унаслідок чого новий фрагмент реальності набуває статусу тексту, здатного до інтерпретації та включення в ієрархію культурних значень [Там само, р. 73].

Саме завдяки кодуванню відбувається первинна ідентифікація нового сегмента та його співвіднесення з уже структурованими елементами культурного досвіду. Цей процес може бути описаний як семіотизація реальності, тобто поступове розширення культурного простору через утворення та стабілізацію конвенціональних кодів. У межах аналітичної семіотики Р. Познера такі перетворення розглядаються як перехід від індикативних форм семіозису¹ до більш

¹ У цифровій культурі індикативні форми семіозису проявляються через безпосереднє сприйняття станів цифрових систем – затримку інтерфейсу, нестабільність з'єднання, перегрів пристроїв або зниження продуктивності. Для цифрових номадів такі сигнали виконують функцію первинних індикаторів придатності простору для життя й роботи, формуючи передкодовий рівень семіозису. Згодом такі індикації можуть трансформуватися в конвенціональні коди та комунікативні практики. Наприклад, стандартизовані рейтинги коворкінгів, рекомендації щодо житла, обговорення в онлайн-спільнотах тощо.

інституціоналізованих рівнів сигніфікації та комунікації, де значення фіксуються за допомогою кодів та відтворюються в межах медіально опосередкованих семіотичних систем.

Зворотний процес – десеміотизація окремих сегментів реальності – пов'язаний із руйнуванням або втратою функціональності відповідних кодів¹. У такому випадку тексти втрачають здатність до стабільної інтерпретації. Сегменти реальності знову витісняються або на периферію семіосфери, або за її межі, що відповідає описаній Ю. Лотманом динаміці культурних кордонів і взаємодії «центру» і «периферії» [12, р. 73]. Глобалізаційні процеси прискорюють обмін престижними кодами – такими, що мають підвищену символічну цінність і визнаються культурою як еталонні, авторитетні або бажані для наслідування. У свою чергу це сприяє появі гібридних семіотичних конфігурацій. Однак ієрархічна організація «центр-периферія» зберігається, так само як і її визначальна роль щодо норм та моделей відтворення артефактів: центральні коди задають стандарти для культурних практик і слугують орієнтирами для периферійних текстів.

Виходячи з зазначеного вище, підкреслимо: механізм культури перебуває у безперервній семіотичній трансформації, що передбачає формування, централізацію і поступову заміну кодів на більш гнучкі альтернативи. Цей процес забезпечує стійкість культури, а також її здатність до адаптивних змін. Крім того, культура функціонує як механізм закріплення значущих моделей дій та інтерпретацій, що підтримує ідентичність і спрямовує соціальний розвиток.

Семіотичні конфігурації культури цифрових номадів

Базові положення семіотики культури задають теоретичні вектори для подальшого осмислення культури цифрових кочівників. У такому контексті культура неономадів може бути осмислена як складна система взаємопов'язаних ієрархічних знакових процесів і структур, завдяки яким цифрові кочівники конструюють і відтворюють власну ідентичність. Ці знакові системи слугують інструментом організації комунікації, вирішення практичних та інформаційно-комунікативних завдань, а також механізмом закріплення культурних норм і моделей поведінки в умовах динамічного інформаційного суспільства.

¹ У контексті цифрового номадизму десеміотизація проявляється, коли раніше усталені технологічні або соціальні практики втрачають стабільність і перестають виконувати функцію знаків у культурному просторі. Наприклад, закриття популярної платформи для обміну робочими рекомендаціями чи коворкінгами веде до втрати накопичених знань і кодів: рейтинги, поради, внутрішні правила взаємодії та стандарти організації робочого процесу перестають бути доступними або зрозумілими для нових користувачів. Для цифрових номадів це означає, що певні сегменти «культурного простору» стають неосвоєними: індикативні сигнали (якість інтернет-з'єднання, доступ до ресурсів) залишаються, проте вони більше не пов'язані з конвенціоналізованими кодами спільноти. У підсумку процес десеміотизації створює новий потенційний резерв для культурного освоєння, у межах якого формуватимуться альтернативні коди та комунікативні практики.

Як користувачі знаків цифрові кочівники активно залучені до семіотичних процесів. Вони ініціюють та інтерпретують ці процеси, спираючись на загальні конвенційні коди. Їхня діяльність відбувається в умовах перманентної мобільності й постійного підключення до Мережі як глобального медіа. Будучи носіями специфічної культури, вони належать одній або декільком віртуальним спільнотам, утвореним за різними критеріями. Це, зокрема, особи з певним соціально-економічним статусом (нетократія¹, консьюмтаріат², власники бізнесу без офісу), певної професійної приналежності (програмісти, копірайтери, дизайнери, блогери, консультанти тощо), певної афілійованості (корпоративні цифрові кочівники) або автономії (неафілійовані цифрові кочівники). Крім того, критеріями приналежності до спільноти може бути сімейний стан, сексуальна орієнтація, творчі інтереси, географічний ареал кочівництва, тип і тривалість кочівництва, ступінь комфортності мобільного способу життя, використовувані пристрої, прихильність до певних брендів³.

Кожну з таких віртуальних спільнот [23] можна вважати окремою знаковою підсистемою: поряд із загальними конвенційними кодами, що об'єднують усіх цифрових кочівників, усередині конкретної спільноти діють додаткові коди (субкоди), що відображають специфіку конкретних культурних практик і взаємодій. Такий підхід дозволяє досліджувати не тільки загальну культуру цифрових кочівників, а й різноманітність її локальних варіацій у рамках різних віртуальних просторів, що підкреслює складність і багаторівневість номадичних ідентичностей.

Для поглибленого аналізу культури цифрових кочівників ми вважаємо за доцільне застосувати класичну типологію Ч. С. Пірса, згідно з якою знаки поділяються на іконічні, індексальні та символічні. Іконічні знаки вирізняються прямою або легко впізнаваною подібністю до позначуваних об'єктів і дозволяють інтерпретувати смисли на основі наочної відповідності. Індекс-

¹ Нетократія – соціальна структура, де влада і статус визначаються не традиційними ресурсами (земля, гроші, політичний титул), а цифровою присутністю, знаннями, культурними кодами, здатністю формувати мережеві взаємодії. У різних сферах діяльності нетократи створюють нові соціальні й економічні ієрархії.

² Консьюмтаріат – група, що отримує соціальний статус та ідентичність завдяки споживанню, а не завдяки виробництву чи створенню культурних або економічних цінностей. У цифровому суспільстві консьюмтаріат часто взаємодіє з нетократами як аудиторія, що споживає їхній контент і продукти.

³ Прикладом останніх можуть слугувати соціальна та культурна групи споживачів, які демонструють високу лояльність до бренду «Apple» та активно інтегрують його продукти у своє повсякденне життя. «Яблучники» є різновидом сучасного консьюмтаріату, де споживчі практики та брендову лояльність перетворено на соціальну і культурну ідентичність. Вони демонструють, як споживання технологій і культурних артефактів формує статус, спосіб життя й елітарні культурні коди в цифровому суспільстві. Ще одним прикладом є прихильники бренду «Samsung». Так само, як і «яблучники», «самсунгівці» є брендово маркованою спільнотою, проте з іншою логікою ідентичності: відкритою, менш сакралізованою, більш технопрагматичною. Такі відмінності добре ілюструють, що навіть у межах масового споживання можливі різні культурні коди та семіотичні стилі користування технологіями.

сальні знаки відбивають безпосередній причинно-наслідковий чи просторово-часовий зв'язок між тим, що означає, і означуваним, указуючи на присутність чи дію об'єкта в контексті взаємодії. Символічні знаки засновано на умовних, конвенційно узгоджених відношеннях, регульованих культурними кодами та нормами. Разом ці три категорії знаків виступають ефективними аналітичними інструментами: вони дозволяють досліднику відстежувати і систематизувати повсякденні практики цифрових кочівників, виявляти способи продукування значень та взаємодії з культурним середовищем, а також розкрити механізми формування номадичної ідентичності.

У семіозисі мережевої культури одні й ті самі знаки часто відіграють різні ролі, виступаючи в рамках комунікації, індикації або сигніфікації, що підкреслює їхню функціональну пластичність. Показовим прикладом семіотичного аналізу споживчих артефактів є образ «золотого “iPhone”». У межах пірсівської тріадичної класифікації знаків він може бути інтерпретований як комплексний знак, у якому поєднуються іконічний, індексальний та символічний виміри. Така багаторівнева семіотична структура дозволяє пояснити стійкість цього образу як маркера розкоші в сучасній культурі споживання. По-перше, в іконічному вимірі «золотий “iPhone”» функціонує на основі візуальної подібності до традиційних об'єктів розкоші. Золотий колір безпосередньо апелює до дорогоцінного металу, який у різних культурах історично асоціюється з багатством, владою та сакральною цінністю. Завдяки такій візуальній аналогії пристрій іконічно «нагадує» предмети розкоші, навіть якщо не є виготовленим із золота. Саме цей рівень забезпечує первинне, майже миттєве розпізнавання знака. По-друге, в індексальному вимірі «золотий iPhone» вказує на соціально-економічний статус свого власника. Наявність такого пристрою функціонує як індекс доступу до фінансових ресурсів, включеності в престижні споживчі практики та належності до певного стилю життя. У цьому сенсі знак пов'язаний з об'єктом не через подібність, а через фактичний соціальний зв'язок: володіння дорогим пристроєм індексує позицію суб'єкта в ієрархіях суспільства споживання. По-третє, у символічному вимірі «золотий “iPhone”» виступає як конвенціональний знак розкоші, значення якого закріплене культурними угодами, маркетинговими стратегіями та колективним досвідом споживання. Його статусний сенс не є природним або неминучим, він формується в межах дискурсу бренду «Apple», медіапрезентацій та повторюваних соціальних практик. У цьому вимірі знак функціонує відповідно до пірсівського розуміння символу як знака, що діє «через звичку та конвенцію» [17, СР 4.531]. Отже, «золотий “iPhone”» постає як семіотично насичений артефакт, у якому іконічна подібність, індексальна вказівка та символічна конвенція взаємодіють, утворюючи стабільний культурний

код розкоші. З позицій культурної семіотики це дозволяє розглядати його не лише як продукт технологічного дизайну, а і як елемент сучасної семіосфери споживання, де матеріальні об'єкти стають носіями соціальних значень і механізмами символічної диференціації.

Крізь призму семіозису можна осмислити й соціальні простори, зокрема «третє місце»¹. Вони постають як медіа, що стабілізують знакові процеси: повсякденні практики у «третьому місці» набувають культурно закріплених значень [24], формуючи своєрідні семіотичні структури. Яскравим прикладом інституціоналізованого «третього місця» в глобальному мережевому суспільстві є мережа кав'ярень «Starbucks». На іконічному рівні «Starbucks» відтворює типологічно впізнаваний простір «третього місця»: відкриті інтер'єри, стандартні зони для індивідуальної роботи й групового спілкування, доступ до Wi-Fi, нейтральна естетика «домашнього комфорту». Така візуальна і просторово-функціональна подібність формує очікування певного типу поведінки й комунікації, незалежно від локального контексту. По суті, «Starbucks» іконічно репрезентує саму ідею «третього місця» як культурно впізнаваної форми. В індексальному вимірі «Starbucks» вказує на конкретний режим соціальної включеності. Перебування в цьому просторі індексує тимчасову автономію від домашніх і професійних зобов'язань, а також готовність до гібридних практик – роботи, спілкування, дозвілля. Для цифрових кочівників та представників креативних індустрій «Starbucks» функціонує як індекс доступу до мобільної інфраструктури повсякденності, де наявність Wi-Fi, електроживлення і толерантність до тривалого перебування легітимують гібридні форми зайнятості та соціальності. У символічному вимірі «Starbucks» закріплює конвенціональне значення «третього місця» як простору контролюваної соціальності. На відміну від класичних локальних кав'ярень, описаних Р. Ольденбургом, «Starbucks» пропонує стандартизовану модель спільності, у якій спонтанність комунікації поєднується з корпоративною регламентацією. У цьому сенсі бренд символізує трансформацію «третього місця» в умовах глобалізації: від локального соціального осередку до мережевого простору, інтегрованого в економіку знаків і досвідів. Отже, з позиції культурної семіотики «Starbucks» можна розглядати як медіальний вузол семіосфери, що організує перетин матеріальних артефактів (меблі, посуд), цифрових медіа (Wi-Fi, мобільні пристрої) і символічних кодів (комфорт, мобільність, «гло-

¹ Автором концепції «третього місця» є американський соціолог Р. Ольденбург. Він визначає «третє місце» як соціальні простори, що функціонують поза межами дому («першого місця») й роботи («другого місця») і слугують платформою для неформальної взаємодії, соціалізації та відчуття приналежності до спільноти. Основні характеристики таких просторів передбачають доступність для широкого кола відвідувачів, відсутність формальної ієрархії, комфортну й інклюзивну атмосферу, регулярність відвідування й легку організацію. Прикладами є кав'ярні, паби, бібліотеки, громадські площі, парки або сучасні спільні робочі простори [25].

бальна приналежність»). На відміну від нормативного бачення Р. Ольденбурга, у якому «третє місце» постає як альтернатива комерціалізації соціальності (знижує роль грошей у соціальній взаємодії), «Starbucks» демонструє, що в мережевому суспільстві «третє місце» може бути водночас простором комунікації і механізмом семіотичної стандартизації культури. У цьому контексті наш висновок полягає в тому, що «Starbucks» не просто реалізує концепт «третього місця», а переозначає його, перетворюючи на глобально відтворюваний культурний код. Таке «третє місце» не лише підтримує локальні соціальні зв'язки, а й забезпечує символічну інтеграцію індивідів у транснаціональну семіосферу цифрового капіталізму.

Як було показано вище, у культурі цифрового кочівництва «третє місце» набувають принципово нового статусу, трансформуючись із локальних соціальних просторів у вузли мобільної інфраструктури повсякденності. Ключовим елементом цієї трансформації виступають цифрові феномени, які, на наш погляд, доцільно розглядати як цифрові квазіартефакти¹. Принциповою ознакою цифрового квазіартефакту є його індексальна присутність. Він не стільки репрезентує себе, скільки вказує на можливість доступу, включеності або участі в мережевих процесах [26]. Водночас цифровий квазіартефакт набуває і символічного виміру, оскільки його значення формується конвенційно та підтримується культурними очікуваннями і звичками користувачів. На відміну від медіа, описуваних здебільшого як канали передачі повідомлень, цифровий квазіартефакт не обмежений лише комунікативною функцією. Він структурує саму можливість комунікації і визначає онтологічний статус простору та суб'єкта в ньому. У такому сенсі цифровий квазіартефакт є ближчим до лотманівського розуміння тексту як механізму породження смислів, ніж до інструментального розуміння технології. З позиції культурної семіотики цифрові квазіартефакти виконують функцію семіотичних стабілізаторів у гібридній онтології мережевого суспільства. Вони забезпечують відтворюваність практик у ситуації високої мобільності та просторової нестабільності [27], властивій цифровим кочівникам. Саме через цифрові квазіартефакти мобільність перестає бути хаотичною і набуває структурованого, культурно передбачуваного характеру. На наш погляд,

¹ Квазіартефакт – це нематеріальне або гібридне утворення, що не існує як самостійний фізичний об'єкт, проте функціонує в культурі як артефакт: організує практики, стабілізує семіотичні процеси, виступає носієм соціально значущих кодів і включене в системи цінностей. На відміну від класичних артефактів, квазіартефакт не може бути ізольований від інфраструктур, медіа та інтерпретативних спільнот, у межах яких він актуалізується. З семіотичної точки зору квазіартефакт визначається через функцію в семіозисі. Він є умовою можливості інтерпретації, комунікації та соціальної дії, а отже, входить до складу знакової системи нарівні з текстами, кодами та медіа. Прикладами цифрових квазіартефактів є обліковий запис (акаунт), логін / сесія, push-сповіщення, алгоритмічна стрічка, пост, коментар, хештег тощо.

введення категорії цифрового квазіартефакту дозволяє подолати редукцію цифрових феноменів до «нематеріальних сервісів» або «технологічних інструментів».

Цифровий квазіартефакт слід розуміти як повноцінний елемент культури, що бере участь у формуванні ідентичностей, соціальних ієрархій та сім'юсфери сучасного суспільства. Так, на відміну від класичних матеріальних артефактів, Wi-Fi не має чіткої фізичної форми, проте виконує всі їхні культурні функції: він уможливорює практики, є об'єктом очікування, критерієм оцінки простору та носієм символічної цінності. Для цифрового номада наявність Wi-Fi є не стільки технічним доповненням, скільки базовою ознакою «придатності» простору для життя й роботи. У семіотичному вимірі Wi-Fi функціонує передусім як індексальний знак: його наявність вказує на підключеність простору до глобальної мережі та можливість включення суб'єкта в розподілені комунікативні й економічні процеси. Водночас Wi-Fi набуває й символічного статусу, оскільки в культурі цифрового кочівництва він конвенційно асоціюється зі свободою пересування, автономією від фіксованого робочого місця та відкритістю до мережевої мобільності. У такому сенсі Wi-Fi перетворюється на культурний код, що структурує сприйняття простору ще до безпосереднього досвіду перебування в ньому.

«Starbucks», пропонуючи безкоштовний і стабільний доступ до Wi-Fi, інтегрує цей квазіартефакт у власну семіотичну архітектуру. Простір кав'ярні стає гібридним медіа, де матеріальні артефакти поєднуються з нематеріальними умовами сім'юзису (мережеве підключення, цифрові інтерфейси, онлайн-комунікація). У результаті формується специфічний режим присутності, у якому фізичне «тут» постійно перетинається з віртуальним «будь-де».

З позиції культурної семіотики можна стверджувати, що цифрове кочівництво не просто використовує «третє місце», а перекодовує їх. Якщо у класичній моделі Р. Ольденбурга «третє місце» було простором соціальної рівності та локальної комунікації, то в умовах мережевого суспільства воно стає простором селективної включеності, де доступ до Wi-Fi і володіння відповідними цифровими артефактами визначають можливість участі в культурі. Таким чином, Wi-Fi як цифровий квазіартефакт виступає механізмом як інтеграції, так і символічного виключення. Wi-Fi слід розглядати не як нейтральну технологію, а як семіотичний оператор, що трансформує онтологію простору і практики цифрових кочівників. У поєднанні з такими інституціоналізованими «третіми місцями», як «Starbucks», він сприяє формуванню глобальної, але нерівномірної сім'юсфери, де мобільність, свобода і підключеність постають не універсальними цінностями, а культурно та економічно зумовленими привілеями.

Наведені та інші приклади (емблеми та символи Dropbox, Google Drive, WeWork) ілюструють, що в культурі цифрових кочівників знаки постійно переплітаються в багаторівневих семіотичних процесах. Їхня функція визначається формою й контекстом використання, а також загальними конвенційними кодами мережевої спільноти. Такий висновок узгоджується з більш широким дослідженням семіотичних аспектів цифрового кочовництва, в якому підкреслюється поєднання мобільності, мережевої залученості та використання знакових систем для самоідентифікації в інформаційно-комунікативному суспільстві.

Мобільність у знаках: коди цифрового номадизму

Коди цифрового номадизму також утворюють динамічну систему. Відпочатку штучні, конвенційні правила поступово трансформуються у звичні поведінкові норми. Виходячи з розуміння коду як комплексу значень, означуваних і правил їхнього взаємозв'язку, а також засобу структурування повідомлень, виділимо ключові культурні коди цифрових кочівників, однаково сприймані і використовувані учасниками цієї спільноти. Це передусім «кочівництво», «кочові предмети» (мобільні гаджети та переносні робочі станції), «кочові технології» (додатки для віддаленої роботи, QR-коди), «оазиси» («третє місце», коворкінги, публічні бібліотеки, кав'ярні з Wi-Fi), «віртуальні багаття» (онлайн-форуми, спільні цифрові заходи) тощо. Особливого значення в нашому аналізі набуває самий термін «цифрові кочівники»: він функціонує як дискурсивний маркер або код, що дозволяє описувати і самовизначати спосіб життя, заснований на постійній мобільності й підключеності до Мережі, а також передавати і зберігати певні смислові структури знаків, текстів і ритуалів.

Особливо яскраво культурні коди проявляються через візуальні й інтерактивні медіа. Звернімо увагу на те, що візуальні знаки можуть включати графічні зображення, логотипи, 3D-об'єкти і навіть аватари, що репрезентують реальний, віртуальний та гібридний світи. Так, QR-коди, що використовуються цифровими кочівниками для розмітки міських просторів, слугують навігаційними та інформаційними маркерами: «Безкоштовний Wi-Fi», «Парковка для велосипедів», «Смачно та бюджетно», «Обережно, камери / зона відеоспостереження» тощо. Важливо підкреслити й історичний контекст: такі коди наслідують елементи знакових систем *Hobo Signs*¹ [28], а також традицію *Warchalking*² [29].

¹ *Hobo signs* – історична система символів, розроблена американськими мандрівними робітниками (хобо) наприкінці XIX – на початку XX ст., особливо в період Великої депресії. Функція таких знаків полягала в тому, щоб повідомляти іншим мандрівникам важливу інформацію про маршрути, небезпеки, можливості роботи або їжу. Знаки писалися крейдою або вугіллям на стінах, парканах та опорах – як кодована візуальна інформація, доступна тим, хто знайомий із системою. Типові приклади передбачають символи, що позначають «дружній господар», «обережно, собака» або «тут можна переночувати» – що допомагало виживати в умовах кочового існування.

² *Warchalking* – візуальна практика, що виникла у 2002 р. як спроба маркувати графічними символами на вулицях доступні Wi-Fi-мережі. Ініціатором став програміст М. Джонс, який опублікував

Крім того, візуальні коди пов'язані з зовнішнім виглядом і невербальними практиками: одяг, аксесуари, рюкзаки з безліччю гаджетів, кольори і стилі аватарів у віртуальних спільнотах. У кожному випадку означувані мають глибоке ціннісне значення для цифрових кочівників – мобільність, автономність, креативність, свобода вибору та участь у глобальній цифровій культурі.

Чимало кодів цифрових кочівників виникають на основі синтезу конвенцій попередніх культурних спільнот. Наприклад, знакова система QR-кодів Г. Левіна¹ [30] поєднує традицію Hobo Signs, практику Warchalking і можливості сучасних цифрових технологій. По суті, QR-коди Г. Левіна – сучасний урбаністичний графічний код, що перекодовує практичну інформацію на семіотичний маркер для певної спільноти. Ще одним прикладом слугують диджитал-ретрити² [31], де візуальні маркери, інструкції та позначення простору (яскраві наклейки, QR-коди, цифрові карти місцевості) формують унікальні коди взаємодії, що дозволяє кочівникам координувати спільні дії та створювати соціальні мережі в реальному просторі.

Згадані вище практики демонструють «публічну семіотику» цифрового номада, де знаки слугують для організації простору, взаємодії з навколишнім середовищем, посилення культурної ідентичності та сприяють відтворенню культурних кодів. З цього випливає, що культура цифрових кочівників – це не тільки сукупність практик та інструментів, а й складна семіотична система, де коди та знаки слугують механізмом вирішення практичних завдань, збереження ідентичності та підтримки стійкості спільноти. При цьому новизна способу життя цифрових номадів органічно сполучена з традиціями минулих кочових культур, що дозволяє говорити про спадкоємність і культурну трансформацію.

набір значків, що позначали відкриті бездротові мережі: символи могли повідомляти, наприклад, тип мережі, її безпеку або швидкість. Термін утворений за аналогією з wardriving (виявлення Wi-Fi під час їзди містом) та історією hobo signs. Ця практика мала на меті допомогти «тим, хто шукає зв'язок», легко орієнтуватися в міському середовищі. Warchalking став популярною темою в медіа й технічному вираженні на початку 2000-х, що демонструє, як старі форми вуличної комунікації трансформувалися в цифрову епоху.

¹ Проект QR Codes for Digital Nomads, розроблений Golan Levin і Asa Foster III для F. A. T. Lab у 2011 р., являє собою художню та утилітарну систему візуальних знаків – 100 дизайнерських QR-шаблонів (QR_HOBO_CODES), призначених для розміщення в міському просторі як прихована «розмітка» для мандрівників і кочівників. Ці коди не просто технічні мітки, а графічні шаблони-трафарети, які можна наносити в середовищі як приховані маркери з повідомленнями та попередженнями в дусі традиційних hobo signs і warchalking. У проекті спеціально підкреслюється зв'язок з історичними «знаками бродяг» XIX ст., а також із практиками вуличної інформації для сучасних кочових спільнот.

² «Диджитал-ретрити» – організовані заходи і програми, на яких цифрові кочівники збираються разом для спільної роботи, обміну досвідом, соціалізації та особистісного розвитку. Ці заходи передбачають робочі простори, майстер-класи, спільні активності, культурні екскурсії та мережеві події, об'єднуючи професійну діяльність і подорож у рамках короткого періоду перебування.

Медіа цифрових номадів у контексті мережевої семіосфери

Серед засобів масової інформації, за допомогою яких здійснюються знакові процеси цифрових кочівників, особливе значення мають технологічні медіа – комп'ютери, засоби мобільного зв'язку, електронні пристрої та гаджети. Їхня специфіка полягає в тому, що стосовно цифрових кочівників вони функціонують не тільки як технологічні та семіотичні, а й як фатичні медіа¹. Фатична функція проявляється з особливою інтенсивністю в ситуаціях втрати персональних цифрових пристроїв, що супроводжується переживаннями, порівнянними з втратою «екзистенціальної опори». Подібний ефект співвідноситься з тезою М. Маклюєна про медіа як «продовження людини», а саме про вбудованість технічних засобів у структуру тілесного і когнітивного досвіду суб'єкта: «The medium is the extension of ourselves» [32, p. 9].

В умовах мережевого суспільства технологічні медіа доволі важко відрізнити від фізичних. Вельми показовим у цьому плані є бездротовий зв'язок Wi-Fi, що може бути інтерпретований як специфічна форма нематеріального ресурсу або «капіталу» мережевого суспільства. Таке розуміння корелює з концепцією М. Кастельса, згідно з якою доступ до мереж стає ключовим фактором соціальної включеності [34].

Провідними функціональними медіа, що визначають характер знакових процесів залежно від цілей і форматів комунікації, виступають блог і форум. Видом кодифікованих медіа в цьому випадку можна вважати авторські та корпоративні блоги цифрових кочівників, локальні та глобальні інтернет-форуми, а також спеціалізовані експертні блоги, присвячені практикам мобільності та кочівництва. Такі форми комунікації демонструють інституціоналізацію індивідуального досвіду та його трансформацію у стійкі знакові структури, що відповідає семіотичному розумінню культури як системи кодів.

З урахуванням подвійної онтології мережевого суспільства – «віртуальної реальності» і «реальної віртуальності» – екрани комп'ютерів і смартфонів можуть бути розглянуті як соціальні медіа, що функціонують як інтерфейси двох «паралельних» світів. У точках їхнього сполучення семіотичні процеси реалізуються водночас як процеси знакотворення і як форми соціальної комунікації. У такому сенсі інтернет постає не просто середовищем передачі інформації, а складною семіотичною структурою, що дозволяє інтерпретувати його як простір взаємодії безлічі знакових систем. Сьогодні інтернет – супермедіум цифрових кочівників, знакова мегасистема. Вона має сукупність структурних і функціональних властивостей, що визначають динаміку семі-

¹ Фатична функція – це комунікативна функція, спрямована на встановлення, підтримання або перевірку каналу зв'язку між мовцем і адресатом, незалежно від смислового змісту повідомлення. Вона забезпечує ефективність комунікації та сигналізує про готовність до спілкування [33, p. 350–377].

отичних процесів. Цей супермедіум забезпечує можливість миттєвих електронних контактів і включення потенційно необмеженої кількості акторів, просторово розподілених по всьому світу. Враховуючи такі характеристики, інтернет може бути осмислений як ієрархічно організована семіосфера, всередині якої цифрові кочівники продукують та інтерпретують знаки за допомогою субкодів, співвіднесених з різними субкультурами і режимами мобільності.

Водночас слід зазначити, що подібна інтерпретація не є безперечною і спричиняє активну теоретичну полеміку. Так, представники соціології мережевого суспільства акцентують увагу на структурно-владному вимірі мереж, розглядаючи інтернет переважно як інфраструктуру потоків інформації, капіталу і влади. У рамках цього підходу семіотичний вимір виявляється вторинним щодо логіки мережевої організації [35, р. 773]. З цього погляду, цифрові кочівники виступають передусім як актори мережевих процесів, а не як суб'єкти автономного знаковиробництва.

Інший ракурс пропонує медіатеоретична традиція, у якій технологічні медіа інтерпретуються як продовження людських органів почуттів і когнітивних здібностей. У цьому випадку інтернет мислиться не стільки як соціальна структура, скільки як медіасередовище, що трансформує способи сприйняття і символічної взаємодії. Маклюєнівська теза про те, що засоби комунікації є продовженням нас самих [32, р. 26], дозволяє інтерпретувати втрату цифрових пристроїв цифровими кочівниками як втрату частини розширеного тілесно-когнітивного простору суб'єкта.

У низці досліджень цифрової мобільності й номадизму [36; 37] підкреслюється процес детериторіалізації соціального досвіду, у рамках якого фізичний простір втрачає своє панівне значення. Однак подібні підходи нерідко недооцінюють роль стійких знакових структур і кодифікованих форм комунікації, які, навпаки, забезпечують відтворюваність і відносну стабільність цифрових практик.

У цьому зв'язку ми вважаємо методологічно продуктивним розглядати інтернет не тільки як мережу потоків або медіасередовище, а й як семіосферу в лотманівському сенсі – простір, у якому цифрові кочівники виступають водночас і як користувачі, і як продуценти знаків. Такий синтез дозволяє уникнути редукції цифрового кочівництва або до технологічного детермінізму, або до суто соціологічного аналізу мереж, зберігаючи увагу до символічного, культурного і комунікативного вимірів цифрової мобільності.

Динаміка культурної ідентичності цифрових кочівників

Незважаючи на високу евристичну цінність розширеної концепції тексту Ю. Лотмана та інтерпретації менталітету як сукупності кодів, запропонованої

Р. Познером, застосування їх до аналізу культури цифрових кочівників вимагає низки уточнень. У класичному семіотичному підході передбачається відносна стійкість кодів і конвенцій, що забезпечують відтворюваність культурних текстів у часі. Однак в умовах цифрового номадизму ця передумова виявляється проблематичною, оскільки значна частина кодів формується в середовищі прискореної комунікації, високої мобільності й постійного технологічного оновлення. Крім того, слід враховувати значну роль алгоритмічних систем, платформ та штучного інтелекту, що можуть змінювати значення і пріоритети контенту.

Теза Р. Познера про те, що будь-який менталітет може бути редукований до набору кодів, на наш погляд, виявляється недостатньою для опису ситуацій, у яких самі коди мають тимчасовий, контекстуальний та інструментальний характер. Категорії «кочування», «мобільний будинок» або «віртуальні багаття» тощо функціонують не тільки як елементи стійкого символічного порядку, але й як операціональні схеми, актуалізовані ситуативно і здатні втрачати значущість мірою зміни технологічних умов. При цьому цифрові кочівники активно адаптують коди під нові середовища, включаючи різні культурні й мовні контексти, що підкреслює мультикультурний і транснаціональний характер їхніх практик. За такого бачення культура цифрових кочівників демонструє не стільки стабільну кодову систему, скільки динамічну конфігурацію тимчасових семіотичних збірок.

Крім того, розширена лотманівська концепція тексту, згідно з якою будь-які артефакти можуть бути інтерпретовані як тексти, у випадку з цифровими квазіартефактами стикається з онтологічним обмеженням. На відміну від класичних культурних текстів, цифрові квазіартефакти часто позбавлені завершеності, фіксованої форми і тривалої матеріальної прив'язки. Вони існують як оновлювані, модифіковані й алгоритмічно керовані структури, що ускладнює включення їх у традиційну модель текстуальності й вимагає переходу від аналізу тексту до аналізу процесів текстуалізації. Слід також зауважити, що взаємодія з цифровими артефактами часто зумовлена непередбачуваними соціальними і технологічними чинниками, такими як зміни в політиках платформ, автоматична модерація контенту та алгоритмічне ранжування повідомлень.

Слід також взяти до уваги, що здатність артефактів цифрових кочівників до швидкої інкорпорації в «сильні» культурні традиції (релігійні, інституційні) не має інтерпретуватися виключно як приклад гармонійного взаємодоповнення цивілізацій. У низці випадків така інкорпорація супроводжується зміщенням ієрархій цінностей, трансформацією ритуальних практик і перерозподілом символічного авторитету. Такі процеси залишаються недостатньо

артикульованими в рамках класичних семіотичних моделей. Водночас інтеграція цифрових практик у локальні культури створює нові гібридні форми ідентичності, що поєднують глобальні стандарти мобільності та локальні смислові конфігурації.

Особливо вираженого характеру вплив культури цифрових кочівників набуває відносно менш стійких культурних формацій (насамперед молодіжних і офісних субкультур). Однак і тут опис змін, що відбуваються як виключно «антропологічні зрушення», виявляється методологічно недостатнім без урахування мікродинаміки повсякденних практик, алгоритмічного управління увагою та економік платформ. У цьому сенсі критика класичних уявлень про стабільного суб'єкта, запропонована, зокрема, Р. Брайдотті [38], може бути доповнена семіотичним аналізом, орієнтованим не на стійкі структури, а на процеси семіотичної нестабільності і перевизначення смислів, включаючи аналіз алгоритмічних модулів та цифрових протоколів, що модифікують значення культурних знаків у режимі реального часу.

Таким чином, аналіз культури цифрових кочівників вимагає коригування класичних семіотичних моделей з урахуванням тимчасовості, процесуальності й технологічної зумовленості знакових форм. Це дозволяє розглядати цифровий номадизм не просто як новий різновид цивілізації або менталітету, а як особливий режим культурного виробництва, у якому тексти, коди і цінності перебувають у стані постійної рекомбінації і перезбірки, а технологічні інновації формують динамічне середовище для колективного самовираження й культурної адаптації.

Ідентичність культури цифрових кочівників формується передусім через ключові артефакти-тексти, які не лише містять інформацію, а й є активними агентами культурного самовизначення. До цієї групи входять мобільні пристрої – «кочові предмети» (смартфони, ноутбуки, планшети, маршрутизатори, зарядні пристрої, флеш-накопичувачі тощо), які виступають основними інструментами присутності в мережевому середовищі й конструювання ідентичності цифрового номада. Згідно з культурною семіотикою, такі артефакти функціонують як носії і джерела текстів: вони не просто зберігають повідомлення, а формують нові тексти і смисли, гарантуючи динамічне відтворення культурних значень, колективного досвіду та мережевих практик. Важливим є те, що артефакти цифрових кочівників здатні одночасно виконувати роль комунікативних, символічних і організаційних інструментів, забезпечуючи швидку мобільну інтеграцію у глобальні культурні потоки.

У такій перспективі питання про межі ідентичності культури цифрових кочівників перетинається з питанням про межі тексту і не-тексту всередині культурної системи. Ці межі можуть бути концептуалізовані через низку бі-

нарних опозицій: «мобільний-стаціонарний», «підключений-непідключений», «online-offline», «бездротовий-дротовий», «цифровий-аналоговий», «поліфункціональний-монофункціональний», «компактний-об'ємний», «швидкісний-нешвидкісний», «вільний-афілійований» тощо. У рамках цієї системи ліва частина кожної опозиції репрезентує характеристики артефактів-текстів (тобто елементів мережі, що забезпечують присутність і смислоутворення), тоді як права частина вказує на об'єкти або умови, які залишаються поза інтенсивною семіотичною діяльністю цифрових номадів. Подібне бачення дозволяє інтегрувати аналіз цифрового номадизму в контекст платформної економії, алгоритмічного медіасередовища і трансформації культурної праці.

Сучасні мобільні пристрої і цифрові технології водночас виконують функції артефактів-текстів, медіа і носіїв культурних кодів. Вони мають високу здатність до реплікації і забезпечують частоту прийому, генерації й відтворення текстових знаків. Така багаторівнева функціональність пояснює, чому цифрові технології не зводяться до нейтрального інструменту; вони стають структурними механізмами культурної глобалізації й утворюють колективний механізм пам'яті, що підтримує ідентичність цифрового номадизму. Водночас цифрові технології є каналами, через які здійснюється перехід локальних культур у глобальну мережу, створюючи мультиструктурні і мультисмислові контексти.

З точки зору більш широкої соціокультурної теорії, цифрові технології можна розглядати як «машину війни» (термін Ж. Дельоза та Ф. Гваттарі [37], здатну впливати на чужі культурні коди, трансформувати їхню структуру і впливати на процеси культурного обміну. Хоча оригінальну метафору було застосовано до структур соціальних зв'язків, вона може бути продуктивно перенесена на аналіз цифрових мереж: мережеві протоколи, алгоритми і платформи виступають як агенти трансформації культурних значень, розподіляючи знаки за новими траєкторіями і впроваджуючи мережеві коди в різноманітні локальні контексти. У цьому сенсі цифровий номадизм формує новий тип культурної інфраструктури, де взаємодія між технологіями та людьми визначає динаміку культурних змін і еволюцію колективної ідентичності.

За такого розуміння мобільні артефакти і технології не зводяться до інструментальних носіїв інформації; вони являють собою структурні механізми глобалізації культури цифрових кочівників, сприяючи семіотизації нових сегментів гібридної онтології Суспільства-Мережі. Важливим наслідком такого підходу стає визнання подвійної функції технологій: вони одночасно зберігають і репродукують ідентичність та забезпечують динамічну трансформацію культурних кодів, підкреслюючи їхню центральну роль в еволюції знакових практик цифрового номадизму. Завдяки цьому ідентичність цифрових кочівників характеризується здебільшого не статично, як традиційні куль-

турні ідентичності, а як процедурна, флюктуюча, мережева, пов'язана з постійною взаємодією, адаптацією і перезбиранням культурних смислів. Сучасні емпіричні дослідження також підкреслюють, що ідентичність цифрових кочівників формується через мережеві практики та медіавзаємодію: участь у цифрових спільнотах, присутність на спеціалізованих платформах і взаємодія в онлайн- і офлайн-середовищах створюють нове середовище смислів, де технологічні й культурні коди перетинаються і переплітаються в процесі колективного самовираження і самоорганізації. Водночас такі практики стимулюють формування локальних мереж підтримки, гібридних освітніх і професійних середовищ, нових моделей спільного виробництва знань, що значно розширює потенціал культурного кочівництва у глобальному масштабі.

Висновки. Проведене дослідження засвідчує, що сучасне осмислення культури цифрових кочівників може бути доповнене семіотичним контекстом, що дозволяє виявити не лише зовнішні прояви мобільності, а й глибинні механізми продукування, стабілізації та трансформації значень. Семіотика культури демонструє високу евристичну цінність для аналізу цифрового номадизму як динамічної знакової системи, що функціонує в умовах мережевого суспільства.

Культура цифрових кочівників формується як багаторівнева семіосфера, у межах якої взаємодіють загальні конвенційні коди та локальні субкоди, пов'язані з конкретними віртуальними спільнотами, професійними практиками та режимами мобільності. Такі коди не є статичними: вони виникають, трансформуються і зникають у відповідь на технологічні інновації, алгоритмічні зміни та соціальні контексти. Це дозволяє трактувати цифровий номадизм як культуру тимчасових семіотичних конфігурацій, а не як стабільний менталітет у класичному розумінні.

Аналіз іконічних, індексальних і символічних знаків (на прикладі споживчих артефактів, «третіх місць» і цифрової інфраструктури) продемонстрував, що знаки в культурі цифрових кочівників характеризуються функціональною пластичністю та здатністю одночасно виконувати комунікативні, ідентифікаційні й організаційні функції. Особливу роль у цьому процесі відіграють цифрові квазіартефакти (зокрема Wi-Fi), які не лише забезпечують технічну можливість комунікації, а й виконують роль семіотичних операторів, що структурують простір, практики та ідентичності.

«Третє місце» в умовах цифрового номадизму зазнають перекодування: з локальних соціальних просторів вони перетворюються на вузли глобальної семіосфери, інтегровані в економіку знаків і досвідів. У такій конфігурації мобільність, підключеність і доступ до цифрових ресурсів постають не універсальними цінностями, а культурно та економічно зумовленими привілеями, що визначають механізми включення і виключення в мережеву культуру.

Динаміка ідентичності цифрових кочівників проявляється як процесуальна, флюктуюча і мережева. Вона формується не через стабільні символічні структури, а через постійну взаємодію з артефактами-текстами, медіа- та алгоритмічними середовищами. У цьому сенсі цифровий номадизм можна розглядати як особливий режим культурного виробництва, у якому тексти, коди і цінності перебувають у стані безперервної перезбірки.

Загалом є всі підстави стверджувати, що семіотика культури є продуктивним методологічним інструментом для дослідження сучасних форм мобільності й цифрових культур. Вона дозволяє уникнути редукції цифрового номадизму до технологічного детермінізму або суто соціологічного описання, зберігаючи увагу до символічного, культурного та комунікативного вимірів культурної динаміки. Перспективним напрямом подальших розвідок, на наш погляд, є вивчення алгоритмічних кодів і платформ як повноцінних семіотичних агентів, що визначають конфігурації значень у глобальній мережевій семіосфері.

REFERENCES

1. Castells, M. (1999). *The Information Age, Volumes 1–3: Economy, Society and Culture* (Information Age Series). Oxford: Wiley-Blackwell.
2. Getman, A. P., Danilyan, O. G., Dzeban, A. P., Kalynovskyi, Yu. Yu. (2022). Modern ontology: reflection on the continuity of cyberspace and virtual reality. *Revista de Filosofia*, 39(102), 78–94. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7017946>. URL: <https://zenodo.org/record/7017946#.Yxee4aHP1P>
3. Miocevic, D., Kock, F. (2025). Socio-cultural Adaptation in Cross-cultural Transitions of Digital Nomads: A Self-discrepancy View. *Tourism Management*, 109, Article 105153. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105153>
4. Tedesco, N. (2025). *Translanguaging in the era of digital nomadism: a sociolinguistic perspective on voluntary mobility in Europe*. *Discover Global Society*, 3 (50). URL: <https://d-nb.info/1372969020/34>
5. Peña, R. V., Pérez, J. A. (2025). Digital nomadism as a structural phenomenon in the global postpandemic era. *Journal of Management and Human Resources*, 3(1), 37–43.
6. Bozzi, A. (2024). Digital nomadism from the perspective of places and mobilities: a literature review. *European Transport Research Review*, 16, 50. doi: <https://doi.org/10.1186/s12544-024-00663-z> <https://link.springer.com/article/10.1186/s12544-024-00663-z#citeas>
7. Henkens, J. H. D. (2025). Digital nomadism from a life course perspective. *Advances in Life Course Research*, 64, 100673. doi: <https://doi.org/10.1016/j.alcr.2025.100673>
8. Shapoval, A. (2025). Digital nomads: Way of working and lifestyle. *Proceedings of the State University “Kyiv Aviation Institute”. Philosophy. Cultural Studies: collection of scientific papers*, 1(41), 113–118.

9. Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562–586. doi: <https://doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05>
10. Sihombing, L. H., Lestari, P. (2022). Revealing the Philosophy of Starbucks Logo: Semiotic Analysis. *ELTALL*, 3(2), 24–35. URL: <https://distantreader.org/stacks/journals/eltall/eltall-4886.pdf>
11. Berlanga-Fernández, I., Reyes, E. (2024). The digital approach to semiotics: a systematic review. *Text & Talk*, 44, 1, 119–140. doi: <https://doi.org/10.1515/text-2021-0073>
12. Lotman, Y. M. at all (1973). Theses on the Semiotic Study of Cultures (as applied to Slavic texts). *Structure of Texts and Semiotics of Culture*. Eng, J. van der & Grygar, M. (Eds.). The Hague/Paris: Mouton.
13. Lotman, Y. (1974). On Some Principal Difficulties in the Structural Description of a Text. *Linguistics*, 121, 57–63.
14. Lotman, Y. M. (1990). Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture. London; New York: Tauris.
15. Lotman, Y. (2020). Culture and Communication: Signs in Flux. Boston: Academic Studies Press.
16. Posner, R. (2004). Basic tasks of cultural semiotics. *Signs of Power – Power of Signs: Essays in Honor of Jeff Bernard*. G. Withalm & J. Wallmannsberger (Eds.). Vienna: INST, 56–89.
17. Peirce, C. S. Collected papers of Charles Sanders Peirce (Vols. 1–8). Cambridge: Harvard University Press. URL: <https://colorysemiotica.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/08/peirce-collectedpapers.pdf>
18. Morris, C. (1938). Foundations of the theory of signs. Chicago: University of Chicago Press. URL: <https://ru.scribd.com/doc/51866596/Morris-1938-Foundations-of-Theory-of-Signs>
19. Nöth, W. (1990). Handbook of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press.
20. Bogucki, L., Gałkowski, A., Kopytowska, M. W. (Eds.) (2018). Current Perspectives in Semiotics: Signs, Signification, and Communication. New York: Springer.
21. Berger, A. A. (2012). Signs in Society and Culture. Long Grove: Waveland Press.
22. Dzoban O., Danilyan O., Kalynovskyi Y. (2025). Information culture: the Ukrainian way into the digital era. *Cogito*, XVII(4), 62–82.
23. Getman, A. P., Danilyan, O. G., Dzeban, A. P., Kalynovskyi, Yu. Yu. (2022). Modern ontology: reflection on the continuity of cyberspace and virtual reality. *Revista de Filosofia*, 39, (102), 78–94. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7017946/>. URL: <https://zenodo.org/record/7017946#.Yxee4aHP1P>
24. Kalynovskyi, Y. Y., Danilyan, O. G., Dzoban, O. P. (2024). The value and security role of knowledge in the sociocultural space of modernity. *Cogito*, XVI(3), 20–41. URL: https://cogito.ucdc.ro/COGITO%20no.3_September%2030.09.2024_%20.pdf
25. Oldenburg, R. (1999). The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community. New York: Marlowe & Company.

26. Danilyan, O., Dzoban, O., Kalynovskyi, Y. (2023). Digital man as a product of the information society. *Cogito*, 15 (1), 142–158. URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85163554125&origin=recordpage>
27. Danilyan, O., Dzoban, O., Kalynovskyi, Y., Saltanov, M. (2023). Value aspects of the safe existence of social systems in an unstable world. *Cogito*, XV, (4), 60–78. URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85184002425&origin=resultslist>
28. National Security Agency. (n.d.). Hobo signs: Definitions and uses. <https://www.nsa.gov/portals/75/documents/about/cryptologic-heritage/museum/hobo-signs-definitions.pdf>
29. Hammersley, B. (2002). Working the web: Warchalking Support. *The Guardian*, 4 Jul. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2002/jul/04/internetnews.onlinesupplement1>
30. Levin, G., Foster, III, A. (2011). QR Codes for Digital Nomads. F. A. T. Lab. URL: <http://www.flong.com/archive/projects/qr-codes-for-digital-nomads/index.html>
31. Beck, M. (2025). What are Digital Nomad Retreats? The concept, and the popular nomad retreats in Asia. URL: <https://www.thedigitalnomad.asia/innovation/co-traveling/digital-nomad-retreats/>
32. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
33. Linguistics and Poetics. *Style in Language*. T. A. Sebeok (Ed.). Cambridge: MIT Press, p. 350–377.
34. Castells, M. (2011). A Network Theory of Power. *International Journal of Communication*, 5, 773–787.
35. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Chichester: Wiley-Blackwell.
36. Elliott, A., Urry, J. (2010). *Mobile Lives*. London: Routledge.
37. Deleuze, G., Guattari, F. (1987). *A Thousand Plateaus*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
38. Braidotti, R. (2011). *Nomadic Theory: The Portable Rosi Braidotti*. New York: Columbia University Press.

Kovalenko Inna, PhD, associate professor of Philosophy Department, Yaroslav Mudryi National Law University Kharkiv, Ukraine

Meliakova Yuliia, PhD, associate professor of Philosophy Department, Yaroslav Mudryi National Law University Kharkiv, Ukraine

BEYOND STABLE CODES: DIGITAL NOMAD CULTURE IN A SEMIOTIC PERSPECTIVE

In the article semiotic approach is applied for the comprehension of culture of digital nomads. It is shown that the culture of digital nomads functions as dynamic semiosphere,

within the limits of that there are mobile technologies, digital квазі-артефакти, the «third places» and network platforms come forward not only as instruments of communication but also active agents of semiotic production. Reasonably, that коду of digital nomadism have judicial, contextual and temporal character that complicates application of classic models of stable cultural kodas. The special attention is spared to the analysis of identity of digital nomads as network and to флюктууючої configuration, that is formed through co-operating with artefacts-texts, by algorithmic environments and hybrid spaces of online/offline. Drawn conclusion, that digital nomadism it is expedient to examine not as separate lifestyle or professional strategy, but as the special mode of cultural production, in that signs, коду and senses, are in the state of permanent recombination.

Keywords: digital nomadism, semiotics of culture, network society, digital medias, cultural identity.

