

УДК 174 (042.4) (075.8)

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.63.18>

РОЛЬ МЕДІА ТА ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛІЗАЦІЇ В ЕПОХУ МЕТАМОДЕРНУ

Микола Начев

*Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського,
кафедра філософських і соціологічних студій та соціокультурних практик
вул. Старопортофранківська, 26, 65020, м. Одеса, Україна
<https://orcid.org/0009-0005-1844-4616>*

Комунікація в епоху метамодерну поєднує іронію та щирість, наївність і свідомість, сумнів та оптимізм. Вона базується на суб'єктивному сприйнятті, багатогранності досвіду та відкритості до нового. Метамодерн утверджує «нову щирість» – чесність й автентичність, що проявляється в популярності блогерів та публічності особистого життя. Люди більше не бояться помилятися, адже в мінливому світі немає єдиної правильної відповіді. У масових комунікаціях метамодерн проявляється через використання інноваційних форматів і технологій, які забезпечують глибшу взаємодію з аудиторією. Соціальні мережі, подкасти, відеоблоги та стрімінгові сервіси стають платформами для щирого діалогу, створення спільного культурного простору й обміну досвідом.

Метою статті є філософське осмислення ролі медіа та технологій як інструментів соціалізації особистості, зокрема в українському контексті.

Соціальні мережі, стрімко поширюючись у світі, набувають дедалі більшого впливу на суспільство. Їх активне використання формує в людей певне бачення соціальних процесів, впливає на ставлення до подій, політики та норм поведінки. Лідери думок у цифровому просторі визначають систему цінностей інтернет-покоління, змінюючи його уявлення про мораль, успіх, соціальну відповідальність і шляхи самореалізації.

Українське інтернет-покоління формується в умовах війни, що вимагає постійного розвитку інформаційно-цифрових компетентностей, критичного мислення та медіаграмотності. Важливо навчитися свідомо обирати та оцінювати інформацію, щоб уникати маніпуляцій і зберігати власну ціннісну автономію в умовах цифрової доби.

Технології сприяють інтеграції особистості в глобальний культурний простір, розширюють можливості самовираження та саморозвитку. Водночас надмірна залежність від медіа може призводити до викривлення реальності та зниження критичного мислення. Тому важливо формувати медіаграмотність як необхідну умову гармонійної соціалізації в цифрову добу.

Ключові слова: метамодерн, соціалізація, медіа, технології, комунікація, медіаграмотність, соціальні мережі, цінності, масові комунікації.

Актуальність. Сучасні форми комунікації розвиваються відповідно до культурного контексту епохи, який тісно пов'язаний із технологічним прогресом. Якщо постмодерн сформувався в добу телебачення, то метамодерн – у цифрову епоху, коли технології радикально змінюють способи взаємодії, мислення й культуру.

З погляду філософії та культурології, метамодерн – це новий культурний тип, що приходить на зміну постмодерну. Його концепцію запропонували Робін ван ден Аккер і Тімотеус Вермьолен. Цей напрям активно вивчають у філософії, соціології, культурології, а також у сфері медіа- та комунікаційних студій. Серед дослідників метамодерну в контексті комунікації – Марк Фішер, Ханзі Фрайнахт.

Комунікація в епоху метамодерну поєднує іронію та щирість, наївність і свідомість, сумнів і оптимізм. Вона базується на суб'єктивному сприйнятті, багатогранності досвіду та відкритості до нового. Метамодерн утверджує «нову щирість» – чесність й автентичність, що проявляється в популярності блогерів та публічності особистого життя. Люди більше не бояться помилятися, адже в мінливому світі немає єдиної правильної відповіді.

У Маніфесті метамодернізму підкреслюється, що нові технології забезпечують можливість одночасного сприйняття подій з різних боків, сприяючи демократизації знань і формуванню багатоголосої історії.

У цифрову добу виникають нові форми комунікації – соціальні мережі, відеоблоги, стрімінги, які стають не лише засобом спілкування, а й простором саморозвитку, навчання та творчої співпраці. Метамодерна комунікація орієнтована на взаємодію, спільні цінності й колективне творення смислів.

Метамодернізм пропонує нову форму комунікації, засновану на глибокому взаєморозумінні, емпатії та повазі до індивідуальності. Її мета – побудова довіри та гармонійних зв'язків між людьми, що сприяють взаємному розвитку.

У масових комунікаціях метамодерн проявляється через використання інноваційних форматів і технологій, які забезпечують глибшу взаємодію з аудиторією. Соціальні мережі, подкасти, відеоблоги та стрімінгові сервіси стають платформами для щирого діалогу, створення спільного культурного простору й обміну досвідом.

Важливу роль відіграють і нові технології – штучний інтелект, блокчейн, інтерактивні медіа, які надають можливості для побудови комунікації на основі довіри, відкритості та співпраці.

Метамодерністська культура не має жорстко окреслених жанрових меж, але активно використовує змішані формати: трансмедіа-контент, меми як засіб передавання складних ідей у доступній формі, а також явище постправди, що поєднує факти й суб'єктивні інтерпретації.

Характерна риса метамодерного контенту – поєднання кількох форматів і спільна творча участь авторів та аудиторії. У журналістиці цьому відповідає жанр роману-репортажу, зокрема твір американського військового кореспондента Сергія Лойка про оборону Донецького аеропорту (2014–2015 рр.).

Нові медіа – як-от YouTube, Netflix, TikTok – сформували нові жанри, що стали альтернативою традиційним засобам масової інформації. Це відверті інтерв'ю, стріми з повсякденного життя, історії героїв кіно, коміксів і мультфільмів, що відображають метамодерністські принципи комунікації. Для цієї епохи характерна нова щирість – прагнення бути собою й говорити зі світом чесно, без масок і табу. Метамодерн – це стан постійного коливання між упевненістю та сумнівом, героїзмом і розгубленістю. У цьому світі кожен може бути героєм, адже немає універсальних рецептів чи стабільних норм. Життя сприймається як процес пошуку, де навіть труднощі стають можливістю для розвитку, а минуле – не стирається, а переосмислюється [1].

Тенденції метамодерну проявляються в різних жанрах журналістики. Репортаж набуває більш особистісного характеру – журналісти не лише подають факти, а й відкривають власні емоції та переживання, показуючи суб'єктивність сприйняття світу. Інтерв'ю в метамодерній парадигмі зосереджується на глибшому розумінні співрозмовника, його цінностей і світогляду. Коментарі відображають багатозначність та невизначеність сучасності, пропонуючи нові способи тлумачення подій. Есе стає особливо популярним як жанр, що дає змогу вільно поєднувати особисті роздуми, емоції та інтелектуальний аналіз. Інфографіка завдяки цифровим технологіям стає інтерактивною та візуально насиченою, допомагаючи передавати складні ідеї в доступній формі.

Загалом метамодерн формує нову журналістику – гнучку, емоційну, багатопланову, що поєднує раціональне й емоційне, об'єктивність і ширість.

Постановка проблеми. У глобалізованому цифровому світі соціальні мережі стали не лише каналом отримання інформації, а й важливим середовищем соціально-політичної та культурної взаємодії. Вони впливають на формування громадської думки й цінностей, будучи простором комунікації, самовираження та соціалізації. Центральною фігурою в цьому процесі є людина та її взаємодія із соціумом. Соціальні мережі перетворюються на потужний інструмент соціокультурних змін, інтеграції та формування нових моделей поведінки. Особливої актуальності набуває дослідження їх впливу на світогляд інтернет-покоління – людей, чий погляд, цінності та способи соціальної взаємодії формуються саме в цифровому просторі. Соціальні мережі стимулюють активне самовираження, створення власного цифрового образу та підвищують рівень громадянської активності користувачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу дослідження становлять праці українських і зарубіжних учених, які підкреслюють необхідність комплексного аналізу впливу соціальних мереж на представників інтернет-покоління. Філософський вимір феномену цифрової доби висвітлено в працях М. Требіна [11] та Ю. Шабанової [12]. Соціально-психологічні, комунікаційні та когнітивні особливості інтернет-покоління досліджували В. Бархате і К. Дірані [13], І. Ломачинська та Ю. Гришина [6; 14], А. Мюнш [16], С. Піхлер, С. Колі та Н. Граніч [17], Г. Талмон [18]. Морально-психологічні й соціокультурні аспекти функціонування соціальних мереж розкрито в працях Ю. Алексеєнко [1], М. Бірюкової [2], О. Гаврилук [3], О. Гречановської, О. Мегем і Л. Потапюк [4]. Питання безпеки цифрового простору розглянуто в дослідженнях Г. Певцова, С. Залкіна, О. Ревіна, С. Сідченко та К. Хударковського [9], а морально-етичні наслідки кібербулінгу – у публікаціях А. Олейник [7].

Метою статті є філософське осмислення ролі медіа та технологій як інструментів соціалізації особистості, зокрема в українському контексті.

Методологічну основу дослідження становить поєднання загальнонаукових підходів, що дають змогу комплексно осмислити взаємодію інтернет-покоління із соціальними мережами в смисловому, культурному та ціннісному контекстах. Діалектичний метод застосовано для розкриття суперечностей цієї взаємодії та її впливу на конструювання ідентичності; феноменологічний – для аналізу індивідуального досвіду користувачів і способів його осмислення в цифровому середовищі; герменевтичний – для виявлення чинників, що зумовлюють трансформацію культурних смислів у межах онлайн-спільнот; порівняльний метод – для визначення специфічних рис комунікації представників інтернет-покоління.

Виклад основного матеріалу. У добу цифрових технологій соціальні мережі стали невід'ємним складником повсякденного життя більшості людей та потужним чинником соціокультурних змін, соціалізації, інтеграції і формування масової свідомості. Оскільки багато сфер сучасного життя вимагають оперативної комунікації, можна передбачити подальший розвиток і вдосконалення соціальних мереж.

Філософське підґрунтя феномену соціальних мереж, за Ю. Шабановою [12], пов'язується з номадологічною концепцією, запропонованою французькими постмодерністами Жилем Дельюзом і Феліксом Гваттарі. Вона ґрунтується на ідеї ризому – способу мислення й світосприйняття, що відмовляється від лінійності, характеризується гнучкістю, відкритістю та нелінійним розвитком.

Нові медіа постають як сучасні форми створення, поширення та обміну інформацією за допомогою цифрових технологій, акцентуючи на їх технічному потенціалі. Водночас у центрі соціальних мереж залишається людина – її досвід, самовираження та взаємодія з іншими користувачами й суспільством загалом [1, с. 161].

Темпи зростання популярності соціальних мереж вражають – щороку кількість їхніх активних користувачів зростає на мільйони. Спільні соціокультурні особливості сприяють змінам у свідомості людей, об'єднуючи їх на психологічному та ідеологічному рівнях. Легкий доступ до інформації через соцмережі створює широкі можливості для участі в політичному, культурному та громадському житті.

Соціальні мережі виконують низку важливих функцій, що впливають на формування ціннісних орієнтирів особистості:

- інформаційну – забезпечують швидкий доступ до новин, аналітики, блогів;
- комунікаційну – дають змогу миттєво обмінюватися повідомленнями, фото й відео;
- освітню – надають нові можливості для навчання та саморозвитку;
- політичну – стимулюють громадянську активність;
- соціалізувальну – сприяють налагодженню контактів і створенню спільнот за інтересами.

Як зазначає О. Гаврилюк [3, с. 227], важливою є також функція міжкультурної адаптації, адже соціальні мережі допомагають взаємодіяти з представниками різних культур і поглядів, полегшуючи інтеграцію в нові соціальні середовища.

Водночас глобалізація цифрового простору призводить до тісного переплетення реального та віртуального життя. Одними з ключових стають функції самоактуалізації, оцінювання та фільтрування контенту, реалізація яких відбувається через особистий акаунт користувача [2, с. 140].

Соціальні мережі охоплюють різні соціальні та вікові групи, слугуючи платформою для політичної, економічної, культурної й освітньої активності. Вони формують «віртуальні» спільноти, у межах яких народжується феномен «цифрової людини» – індивіда, який усвідомлює себе частиною глобального цифрового суспільства та активно взаємодіє з його соціальними структурами.

Термін *Homo digitalis* запропонував Марк Пренскі у 2001 році для позначення покоління, яке виросло в епоху цифрових технологій. Для цих людей цифрові канали стали головним джерелом інформації, а технології – невід'ємною частиною повсякденного життя [11, с. 21].

В українській науковій традиції поширеним є поняття «цифрова людина», що розглядається як носій і водночас інтерпретатор великого масиву інформації [5, с. 17]. Хоча обидва терміни – *digital human* і *Homo digitalis* – мають спільні риси, вони не є повністю тотожними. Обидва позначають орієнтацію на цифрове середовище, розвиток нових когнітивних навичок і трансформацію соціальних зв'язків, пов'язаних із мережевою взаємодією та онлайн-ідентичністю.

Проте є і відмінності. Поняття *Homo digitalis* Марк Пренскі застосував до так званих цифрових уродженців (*digital natives*) – людей, що з дитинства занурені в технологічне середовище. Натомість «цифрова людина» в українському науковому дискурсі має ширше значення і охоплює не лише народжених у цифрову добу, а й тих, хто зумів до неї адаптуватися (цифрових іммігрантів, за Пренскі).

Молоде покоління цифрової епохи – *Homo digitalis* – у західній літературі часто називають поколінням Z, постміленіалами або iGen. Його представники народилися приблизно між 1995 і 2010 роками [14]. Ці «уродженці технологій» по-іншому сприймають і взаємодіють зі світом завдяки ранньому доступу до цифрових пристроїв, що формує особливі соціально-психологічні та комунікативні риси.

Представники інтернет-покоління активно використовують технології та соціальні мережі для самовираження, навчання й соціальної активності [16]. За даними досліджень,

більшість молоді проводить щонайменше 9 годин на день у цифровому просторі; 95 % щодня переглядають відео на YouTube, а понад половина регулярно створює власний контент і публікує його в соціальних мережах щонайменше раз на тиждень [18].

Можна стверджувати, що українське інтернет-покоління відзначається вищим рівнем свідомості порівняно з однолітками з інших країн, адже нові виклики інформаційного простору вимагали від них швидкої адаптації та критичного мислення. Для цих молодих людей характерні індивідуалізм, упевненість у собі, критичність, свобода самовираження, а також вірність власним переконанням і цілям [6].

Згідно з даними 2024 року, серед української молоді віком 18–29 років найпопулярнішою соціальною мережею залишається Telegram (90,5 %). Також активно використовують YouTube (53,4 %), Instagram (40,3 %), TikTok (34,3 %) та Facebook (23 %) [8].

До ключових соціально-психологічних рис представників інтернет-покоління належать:

- постійна зануреність у цифрове середовище;
- здатність швидко сприймати та обробляти великі обсяги інформації;
- прагнення до глобальної міжкультурної взаємодії;
- уміння виконувати кілька інформаційних завдань одночасно (наприклад, спілкуватися в чаті, дивитися відео та працювати з даними);
- схильність до інтерактивності, що проявляється у створенні власного контенту, а не лише його споживанні.

Комунікація в цифровому просторі формує особливу віртуальну реальність із власними правилами та нормами взаємодії. Соціальні мережі охоплюють різні соціальні та вікові групи, будучи платформою для багатьох сфер активності – політичної, економічної, фінансової, комерційної, освітньої й культурної. Вони також сприяють формуванню віртуальних спільнот, які об'єднують людей із різним соціальним статусом, включно з лідерами думок і впливовими учасниками [4, с. 62].

Лідери думок у соціальних мережах здобувають довіру та прихильність аудиторії завдяки створенню якісного, змістовного й актуального контенту – відео, текстів, подкастів, стрімів тощо. Рівень їх популярності визначається активністю взаємодії користувачів: кількістю переглядів, поширень, коментарів і вподобань. Що вищий рівень залучення аудиторії, то частіше публікації таких авторів з'являються в стрічках новин. Основою довіри до лідера є його експертність, відкритість, чесність і послідовність у висловлюваннях, а також поведінка в кризових ситуаціях (зокрема, реакція на фейки, скандали чи суспільно важливі події).

Представники інтернет-покоління схильні не лише стежити за своїми улюбленими блогерами чи інфлюенсерами, а й навчатися в них, наслідувати їхню поведінку та життєві установки [13]. Так, лідери соціальних мереж – блогери, інфлюенсери, громадські діячі – виконують важливу роль у формуванні світогляду, цінностей та моделей поведінки сучасної молоді. Для покоління, що значну частину часу проводить у цифровому просторі, ці постаті часто стають моральними орієнтирами та зразками для наслідування. Через контент таких лідерів популяризуються нові патріотичні, екологічні й соціально відповідальні настанови, але водночас – споживацькі цінності, що асоціюють успіх із розкішшю, брендами, подорожами й матеріальним добробутом. Це впливає на систему пріоритетів молоді, зміщуючи акценти від духовного саморозвитку до зовнішніх атрибутів успішності.

Крім того, під впливом інфлюенсерів змінюється саме уявлення про самореалізацію та кар'єру: традиційні шляхи професійного зростання поступово замінюються альтернативними – створенням контенту, запуском стартапів або роботою в цифровому середовищі.

Це може надихати молодь на творчість і підприємництво, але водночас породжує ілюзію легкого успіху.

Разом із позитивними тенденціями соціальні мережі несуть і певні ризики, на які звертають увагу українські та зарубіжні дослідники. Зокрема, представники інтернет-покоління дедалі частіше проводять час наодинці, що сприяє залежності від цифрових технологій, порушенням сну, дефіциту уваги, депресивним станам. Індивідуалізм, властивий цій генерації, знижує здатність до розвитку соціальних навичок і глибоких міжособистісних стосунків [17].

Психологи також відзначають зростання випадків психоемоційних розладів, агресії, тривожності та страхів серед активних користувачів соціальних платформ. Значна частина проблем пов'язана з інформаційною безпекою – зокрема, з ризиком несанкціонованого використання персональних даних чи доступу до приватної інформації [10].

У деяких представників інтернет-покоління спостерігається зниження здатності до критичного мислення, складність у розрізненні фактів і думок [18]. Такі психологічні чинники можуть провокувати девіантні форми поведінки, серед яких найпоширенішою є кібербулінг – агресивна діяльність, спрямована на приниження, переслідування або залякування інших користувачів за допомогою цифрових засобів. Найчастіше це проявляється через образливі коментарі, поширення фейкової інформації, спам, створення підроблених акаунтів, покликання дискредитувати або висміяти людину.

Основним елементом кібербулінгу, за спостереженнями А. Олейник [7, с. 119], є мова ворожнечі, за допомогою якої користувачі в мережі проявляють девіантні форми поведінки. Особи з агресивними схильностями створюють у соціальних мережах спільноти, що сприяють поширенню ненависті, закликів до насильства, тероризму чи навіть геноциду. Такі платформи об'єднують однодумців, даючи змогу кожному користувачеві стати учасником процесу поширення мови ворожнечі. Важливою рисою цих спільнот є анонімність, що суттєво відрізняє онлайн-взаємодію від офлайн-комунікації. У цифровому середовищі мова ворожнечі може мати більш руйнівні наслідки, оскільки охоплює значно ширшу аудиторію, водночас приховуючи зловмисників за екранами гаджетів.

Окремий виклик у контексті формування ціннісних орієнтацій українського інтернет-покоління становить вплив штучного інтелекту (далі – ШІ). Ці технології докорінно змінюють способи комунікації, модерацію контенту, персоналізацію інформації та рівень безпеки користувачів. Хоча алгоритми ШІ покликані покращувати користувацький досвід, вони водночас породжують етичні дилеми, пов'язані з конфіденційністю, маніпуляціями інформацією та прозорістю алгоритмів.

Українські дослідники виокремлюють кілька напрямів застосування ШІ в соціальних мережах: створення дипфейків, генерація нереальних образів людей, поширення контенту за допомогою чатботів, контент-аналіз інформаційних потоків тощо [9, с. 63]. Водночас технології штучного інтелекту можуть мати позитивний потенціал – вони сприяють поширенню проукраїнського контенту, підтримці громадянської активності, волонтерських ініціатив та популяризації української мови й культури.

У сучасних умовах, особливо під час повномасштабної війни, українське інтернет-покоління змушене виявляти інформаційну обережність, аналізувати джерела, протидіяти дезінформації. Тому розвиток критичного мислення та медіаграмотності стає необхідною умовою безпечного й свідомого користування соціальними мережами.

Висновки. Соціальні мережі, стрімко поширюючись у світі, набувають дедалі більшого впливу на суспільство. Їх активне використання формує в людей певне бачення соціальних процесів, впливає на ставлення до подій, політики та норм поведінки. Лідери думок

у цифровому просторі визначають систему цінностей інтернет-покоління, змінюючи його уявлення про мораль, успіх, соціальну відповідальність і шляхи самореалізації.

Українське інтернет-покоління формується в умовах війни, що вимагає постійного розвитку інформаційно-цифрових компетентностей, критичного мислення та медіаграмотності. Важливо навчитися свідомо обирати й оцінювати інформацію, щоб уникати маніпуляцій і зберігати власну ціннісну автономію в умовах цифрової доби.

Кібербулінг має виражений негативний вплив на формування моральних орієнтирів сучасної молоді, адже змінює ставлення до співчуття, етики та соціальної відповідальності. Для протидії цьому явищу необхідно розвивати цифрову культуру, етику спілкування та взаємоповагу у віртуальному просторі.

Штучний інтелект у соціальних мережах істотно впливає на ціннісні орієнтири української молоді, моделюючи її громадянську активність, культурну ідентичність, ставлення до успіху та аналітичне мислення. Його роль суперечлива: з одного боку, він створює нові можливості для розвитку, з іншого – створює ризики інформаційної залежності, маніпуляцій і психологічного тиску. Тому важливо навчитися усвідомлено споживати інформацію, використовувати потенціал ШІ для саморозвитку та зміцнення суспільних цінностей.

У сучасному світі медіа та цифрові технології відіграють ключову роль у процесі соціалізації особистості. Вони не лише передають інформацію, а й формують цінності, моделі поведінки та соціальні норми. Через соціальні мережі, відеоплатформи й онлайн-спільноти людина навчається комунікувати, співпрацювати, висловлювати власну позицію та приймати різноманітність думок. Технології сприяють інтеграції особистості в глобальний культурний простір, розширюють можливості самовираження та саморозвитку. Водночас надмірна залежність від медіа може призводити до викривлення реальності та зниження критичного мислення. Тому важливо формувати медіаграмотність як необхідну умову гармонійної соціалізації в цифрову добу.

Список використаної літератури

1. Алексеенко 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 консцентральні 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-naypopulyarnishymy-sotsmerezhamy-v-ukraini-ie-telegram-yutub-ta-feysbuk/> (дата звернення: 06.11.2025).

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: між-дисциплінарний 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>.
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., Lomachinskyi 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>.

THE ROLE OF MEDIA AND TECHNOLOGY AS TOOLS OF SOCIALIZATION IN THE ERA OF METAMODERN

Mykola Nachev

*State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University
named after K.D. Ushynsky",*

*Department of Philosophical and Sociological Studies
and Sociocultural Practices,*

Staroportofrankivska str., 26, 65020, Odesa, Ukraine

<https://orcid.org/0009-0005-1844-4616>

Communication in the era of metamodernity combines irony and sincerity, naivety and consciousness, doubt and optimism. It is based on subjective perception, multifaceted experience and openness to new things. Metamodern affirms the "new sincerity" – honesty and authenticity, which is manifested in the popularity of bloggers and the publicity of personal life. People are no longer afraid to make mistakes, because in a changing world there is no single right answer. In mass communications, metamodernity manifests itself through the use of innovative formats and technologies that provide deeper interaction with the audience. Social networks, podcasts, video blogs and streaming services are becoming platforms for sincere dialogue, creating a common cultural space and sharing experiences.

The purpose of the article is a philosophical understanding of the role of media and technology as tools of socialization of the individual, in particular in the Ukrainian context.

Social networks, spreading rapidly in the world, are gaining more and more influence on society. Their active use forms in people a certain vision of social processes, affects the attitude to events, politics and norms of behavior. Thought leaders in the digital space define the value system of the Internet generation, changing its ideas about morality, success, social responsibility and ways of self-realization. The Ukrainian Internet generation is being formed in the conditions of war, which requires constant development of information and digital competences, critical thinking and media literacy. It is important to learn to consciously choose and evaluate information in order to avoid manipulation and preserve one's valued autonomy in the digital age. Technologies contribute to the integration of the individual into the global cultural space, expand opportunities for self-expression and self-development. At the same time, excessive dependence on the media can lead to a distortion of reality and a decrease in critical thinking. Therefore, it is important to form media literacy as a necessary condition for harmonious socialization in the digital age.

Key words: metamodernity, socialization, media, technologies, communication, media literacy, social networks, values, mass communications.

Дата першого надходження рукопису до видання: 21.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 22.12.2025

Дата публікації: 30.12.2025