

Олена Порпуліт, к. філол. н., докторант

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

КАТЕГОРІЯ ВІКУ ЯК ОБ'ЄКТ КОНСТРУЮВАННЯ ПЕРСОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНОМОВНИМИ КОРИСТУВАЧАМИ INSTAGRAM

Olena Porpulis, PhD in Philology, ScD candidate

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

AGE CATEGORY AS AN OBJECT OF BUILDING PERSONAL IDENTITY BY UKRAINIAN-SPEAKING USERS OF INSTAGRAM

The emphasis in the study is made on the hashtags that outline the age parameters of the social network actor. Materials were selected by such criteria: active participation in the social network, the presence of amateur photos, Ukrainian language, living in big cities of Ukraine, reaction to comments under the photos, regular (every day / every week) content update, etc. The main attention is paid to the mechanism of constructing the age identity of a contemporary, highlighting the social and cultural condition of the transition from the policy of forcing maturity to the policy of prolonging youth. The intelligence pointed out that the category of youth in the information society is not an age category, but a set of meanings that the social network actor translates into his own account and represents in many ways; established the basic principle of designing the age identity of a contemporary – focusing not on the situation "in" life, but on life "as the situation."

Keywords: age identity, prolongation of youth, lifestyle, hashtag, Instagram

Розвиток інформаційно-мережових технологій, поява новітніх засобів масової інформації, трансформація форм соціальнокомунікаційної взаємодії створює оптимальні умови для формування специфічних форм ідентичності. За допомогою сучасних технологій людина ХХІ століття здатна повному відчуті буття, отримати інші, відмінні від реальних умов життєдіяльності, можливості комунікації, набути специфічного тілесного образу, співвіднести себе з певними соціально-культурними категоріями, визначити особисті просторово-часові параметри існування, ідентифікувати себе з тією чи іншою референтною групою, – іншими словами, здійснити відносно безпечний експеримент із власною ідентичністю.

Відштовхуючись від тези «революція в засобах масової комунікації неминуче означатиме й революцію в душі», Е. Тоффлер наголошує: «...Нові засоби масової комунікації не годують нас цілком сформованими шматками, а надбитими уламками та фрагментами уявної реальності. Замість того щоб отримувати сукупність зрозумілих ідентичностей, серед яких можна вибирати, нам пропонують скласти одну з різних фрагментів, тобто створити таке собі конфігуративне чи модульне "я". Це набагато важче і пояснює, чому багато мільйонів людей так розпачливо шукають свою ідентичність»¹. У непомітності межі, «нерозрізненості» віртуального й реального вбачив головну проблему трансформації не тільки ідентичності, але й найвищих психічних функцій сучасної людини Ж. Бодрійяр, що на порозі третього тисячоліття писав: «По той бік кінця є віртуальна реальність, тобто горизонт запрограмованої реальності, в якій всі наші фізіологічні й соціальні функції (пам'ять, афект, інтелект, сексуальність, робота) поступово стають марними»². До конститутивних рис ХХІ століття, поряд із крахом політики й геополітичною невизначеністю,

¹ Тоффлер, Е. (2000). *Третья волна*. Київ: Вид. дім «Всесвіт», 340.

² Бодрийяр, Ж. В тени тысячелетия, или Приостановка Года. *filosof.historic.ru*.

<<http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000326/index.shtml>> (2017, липень, 30).

ідентичність «як дефіцитний ресурс» уналежнює Т. Еріксен: «Чимраз більше і більше людей непевні того, на кого саме дивляться вранці в дзеркало. Нація більше не є тим, чим вона була; для багатьох людей національна ідентичність – це застарілий спосіб говорити про себе. Гендер виглядає відносно сталим, але ніхто більше не може твердити, що означає бути чоловіком чи жінкою»¹. Безпрецедентний доступ до комунікаційних технологій, з одного боку, та потужність і багатство символічних популярних культур, поширюваних цими технологіями, з іншого, на думку Дж. Лалла «уможливлюють конструювання глибоко індивідуальних ідентичностей»².

Якщо у дослідницькому корпусі текстів західних науковців переважають роботи, де ідентичність розглядається в контексті соціокультурних, комунікаційних, глобалізаційних процесів, то українські науковці акцентують увагу, переважно, на специфіці становлення національної ідентичності (Л. Василик, Т. Дзюба, Н. Зражевська, Т. Крайнікова, Л. Хавкіна та ін.), на виявленні закономірностей конструювання персональної ідентичності у віртуальному середовищі (М. Бутиріна, Л. Городенко, К. Горська та ін.). Сучасне інформаційне суспільство сприяло впровадженню віртуальної реальності у якості суспільно значущого, затребуваного феномена. Відбулася свого роду «матеріалізація» тривалий час нереалізованого бажання – створювати альтернативні світи без шкоди світу реальному в комп'ютерному всесвіті. Віртуальна реальність, нерозривно пов'язана з графічними технологіями, надала «омріяний» ефект присутності в якомусь іншому, відмінному від реального й дійсного, штучному, вигаданому світі. Глибина проникнення віртуальності в соціальне й індивідуальне життя дає можливість говорити про «віртуалізацію» суспільства, про формування «віртуальних ідентичностей»³. Аналіз наукової літератури дає змогу констатувати: принципи й механізми проектування вікової ідентичності саме в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі вивчені недостатньо, – що й обумовлює *актуальність* запропонованої наукової розвідки.

Метою статті є з'ясування принципів і методів конструювання персональної вікової ідентичності, до яких вдаються україномовні користувачі соціальної мережі Instagram. Окреслена мета передбачає розв'язання низки завдань: 1) деталізувати найпоширеніші практики вікової ідентичності на прикладі акторів мережевого фотосервіса Instagram; 2) виявити причини пролонгації молодості в сучасному інформаційному суспільстві; 3) прояснити наслідки нерівномірного дорослішання сучасної людини, що класифікують у дослідницькій літературі як проблему інфантильності / ювенільності.

Дослідження проводилося на матеріалі хештегів, якими супроводжується розміщення будь-якої одиниці контенту в мережевому фотосервісі Instagram. Такі тематичні позначення сприяють, з одного боку, розподілу повідомлень за темами в мережі, з іншого – «нарощенню» аудиторії веб-сторінки, збільшенню власної присутності в соціальних платформах: створена, відібрана і закодована актором інформація одночасно виконує функцію «пошукового запиту» і повинна в цей момент співпадати з наповненням інформаційного простору. Соціальна мережа Instagram була обрана як популярна і доволі відвідувана соціальна мережа в Україні. Як свідчать дані Facebook, загальна унікальна аудиторія Facebook та Instagram в Україні на кінець червня 2017 року складає 11 млн. Зважаючи на те, що «з цих 11 млн Instagram користуються 5,6 млн, а Facebook – 8,9 млн, це означає, що спільно обома сервісами користується 3,3 мільйони українців. Окремо Facebook користуються 5,6 млн, а Instagram – 2,3 млн»⁴. Акцент у дослідженні було зроблено на хештегах, які окреслюють вікові параметри актора. Матеріали ми обирали за наступними критеріями: активна участь у соціальній мережі, наявність аматорських фотозображень, українська мова, проживання у великих містах України, реагування на коментарі під фотозображенням, регулярне (щоденне / щотижневе) оновлення контенту тощо. У такому ракурсі акаунт виступає свого роду ЕГО-накопичувачем, віртуальним щоденником, що продукує один чи декілька «Я»-образів. Саме регулярне оновлення контенту надає власнику акаунту можливість актуалізувати один з «Я»-

¹ Еріксен, Т. Г. (2004). *Тиранія моменту: швидкий і повільний час в інформаційну добу*. Львів: Кальварія, 40.

² Лалл, Дж. (2002). *Мас-медіа, комунікація, культура глобальний підхід*. Київ: К. І. С., 156.

³ Емелін, В. (2016). Симулякри и технологии виртуализации в информационном обществе. *Национальный психологический журнал*, 3 (23), 87.

⁴ 5,6 млн українців вже користуються Instagram, а Facebook просів до 8,9 млн. *watcher.com.ua*.

<<http://watcher.com.ua/2017/06/27/5-6-mln-ukrayintsiv-vzhe-korystuyutsya-instagram-a-facebook-prosiv-do-8-9-mln/>>. (2017, липень, 30).

образів, проводити експерименти щодо конструювання нового «Я»–образу, у випадку отримання позитивного відгуку, усвідомлювати власну унікальність і неповторність, підлаштовувати «Я»–образ під уявлення інших про себе з метою бути частиною певного мережевого співтовариства та ін.

Для розуміння механізмів конструювання вікової ідентичності сучасника пропонуємо розрізняти ситуативну тимчасовість і надситуативну тимчасовість. Ситуативна тимчасовість передбачає співвіднесення повсякденного «тут і зараз» з тим, що було, і тим, що має статися. Сучасник завжди перебуває у конкретній ситуації, пов'язаний з певними обставинами, обтяжений низкою зобов'язань. Ситуативна тимчасовість обмежена у часі. Надситуативна тимчасовість орієнтована на майбутнє, позбавлена ситуативної заклопотаності. Для позначення людини, орієнтованої на надситуативну тимчасовість С. Лішаєв вводить термін «людина довгої волі» – «здатна підкорити метушливу повсякденність величності життя, тобто не йти за стихійними обставинами й мінливими вимогами хвилини, а створювати ситуації під реалізацію віддалених життєвих цілей»¹. Особливої актуальності у цьому ракурсі набуває магістральна ідея сучасності – «жити повним життям». «Повне життя», з одного боку, означає неможливість відкласти власне життя на майбутнє, оскільки думка про «омріяні» перспективи створює відчуття нікудишнього сьогодення, з іншого, «повне життя» передбачає здатність проживати декілька життів, шанс реалізувати себе у безлічі варіантах і способах існування. З огляду на ситуативний і надситуативний реєстр тимчасовості, увага сучасної «людини довгої волі» зміщується зі стурбованості поточною ситуацією на турботу про реалізацію життя, внаслідок чого під час конструювання власної вікової ідентичності сучасник фокусується не на ситуації «в» житті, а на житті «як ситуації».

Цікавим у цьому контексті є зауваження Дж. Лалла: «Сьогодні... культура як відносно довготривала тональність у багатьох відношеннях поступається місцем короткочасним стилям життя, ... культура у багатьох частинах світу стала ... більш індивідуалістичною, ... більш пов'язаною з персоналізованими стилями»². Головні цінності культури індивідуалізму – «автентичність, творчість, почуття власного достоїнства і свободи, втілюються в життя як право ухвалювати рішення, як можливість такої інтерпретації життєвого досвіду, яка дає змогу вивчати його як наслідок ухвалених рішень»³. У таких умовах, на думку дослідників, стиль життя стає підґрунтям для формування політичних, релігійних, культурних, суспільних поглядів, для становлення світогляду загалом. В інтерпретації М. Яцино, стиль життя – це «простір для яскравого самовираження індивіда, галузь, в якій практикується автентичність і, в той же час, це спосіб самостворення, апробація різних варіантів власного “я” та експериментування»⁴. Стиль життя як більш-менш сумісна конфігурація альтернатив і правил скеровує індивіда: санкціонує вибір між молодістю і старістю, диктує обрання певної дозвілєвої практики, розв'язує питання щодо доречності / недоречності витрат, чітко розмежовуючи необхідні покупки і марнотратство, обумовлює ставлення до діт, формує переваги щодо професійної діяльності потенційного партнера, здійснює селекцію наявних у суспільстві моделей кар'єрного зросту та ін. Можна стверджувати, що здійснюючи власний вибір людина закладає фундамент персональної ідентичності, поступово усвідомлюючи, ким вона є насправді. З іншого боку, стиль життя в культурі індивідуалізму виступає формою репрезентації і демонстрації себе іншим, свого роду вказівкою, як «вони» можуть і повинні ідентифікувати «я»–образ іншої людини.

Найпоширеніші віковоорієнтовані хештеги, використовувані українськими акторами мережі Instagram, пов'язані з категорією «молодість»: #молодість – 3571, #зрілість – 79, #старість – 946 (рис. 1).

Поширення в сучасному інформаційному суспільстві політики пролонгації молодості, на нашу думку, обумовлено низкою культурних і соціальних обставин:

1. Провідний принцип постіндустріального, інформаційного суспільства – *орієнтація на прогрес, на оновлення способів соціокомунікаційної взаємодії, на покращення умов життєдіяльності людини*. Такий тип суспільства вимагатиме від людини гнучкості, мобільності, креативності, швидкості, здатності до модифікацій. Саме молодість – вік, коли людина є вільною

¹ Лішаєв, С. (2015). Возраст и время. *Вестник Русской христианской гуманитарной академии. Том 15. Выпуск 4*, 51.

² Лалл, Дж. (2002). *Мас-медіа, комунікація, культура глобальний підхід*. Київ: К. І. С., 142.

³ Яцино, М. (2012). *Культура індивідуалізму*. Харків: Гуманитарний центр, 13.

⁴ Яцино, М. (2012). *Культура індивідуалізму*. Харків: Гуманитарний центр, 63.

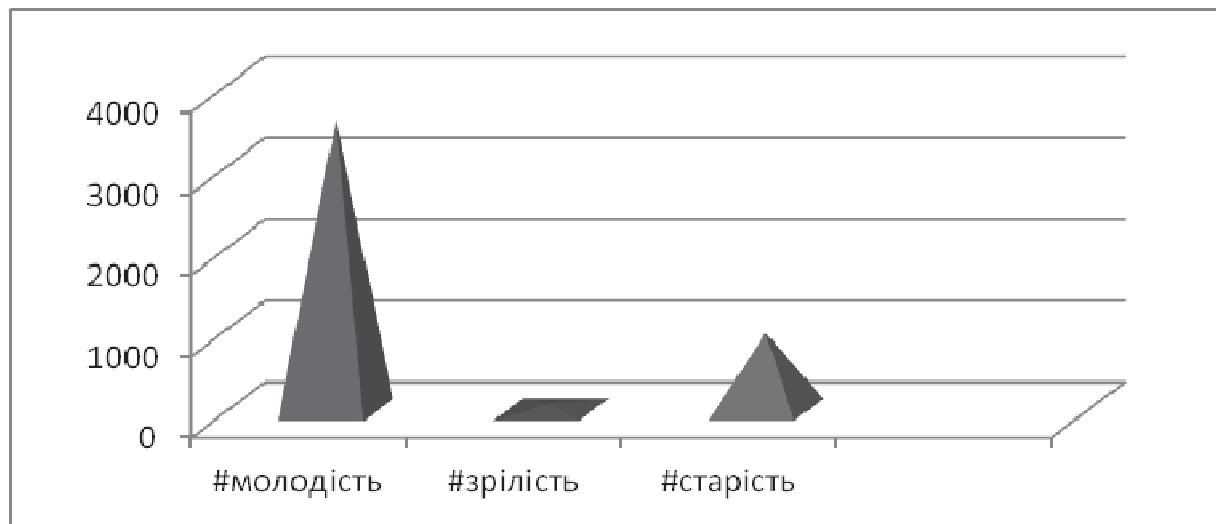


Рис. 1. Частотність репрезентації вікових параметрів, окреслених хештегами

від кокону певних соціальних і культурних ролей, позбавлена оболонки певного образу життя, її світогляд ще не містить фрагментів, яких важко було б позбутися. В молодому віці людина здатна швидко адаптуватися до мінливих обставин, приймати зміни як даність, не замислюватися над тим, «для чого все це»¹. Зріла людина вдається до «селекції інновацій», послуговуючись лише тими, які можуть бути використані нею для здійснення довготривалих цілей, «справи життя», інші – вона ігнорує чи відкидає.

2. Важливим етапом дорослішання людини є створення власної родини і народження дітей. На думку Д. Мерскін, *уповільнення дорослішання* обумовлено віддаленням статевого потягу, пристрасті, від родини і дітей². Так, відособлення статевого життя від життя родини надає жінкам можливості планувати професійну кар'єру, брати активну участь у суспільному житті, чоловіки планують майбутнє без огляду на обов'язки перед родиною, здійснюють пошук власного «місця в житті» у «вільному режимі» та ін. Додамо й доволі спокійне ставлення сучасного суспільства до позашлюбних зв'язків, перетворення родини з обов'язкової форми людського існування в необов'язкову (хоча і бажану) конфігурацію. У ХХІ столітті процес соціалізації являє собою чітку послідовність певних етапів – навчання, робота і тільки потім – родина. Освіта сприяє підвищенню самооцінки людини, орієнтує її на кар'єрні перспективи, розширює коло амбіцій і інтересів, відповідно – збільшує перелік вимог і приписів до потенційного нареченого / нареченої і відтісняє на невизначений час одруження.

3. Існування ситуативної та надситуативної темпоральності диктує специфічні вимоги щодо оцінки майбутнього представниками кожної вікової категорії. Так, в молодому віці смислове наповнення життя співвіднесено з майбутнім, в зрілому віці «сьогодення» стає сенсом життя, в старості настає час осмислення й усвідомлення прожитого. У сучасному комфортному й зручному світі смерть сприймається як перекреслення того, чим живе суспільство, орієнтоване на споживання, кар'єрні перспективи, радощі гедоністичного гатунку. Страждання, біль, старість, неміч сприймаються в такому суспільстві як надзвичайні події, які обов'язково слід усунути, виправити, ліквідувати. За визначенням М. Яцино, в наш час «цінується тільки “високоякісне” життя... Сенс полягає у визначенні причинно-наслідкових зв'язків, пошуку засобів і можливостей переборення, зміни і запобігання станам, які не узгоджуються з “нормою”»³, і як наслідок, – спроба відмежуватися від старості, триматися якомога далі від неї. Не тільки старість, а й зрілість, за визначенням С. Лішаєва, набуває сьогодні тьмяних відтінків: «Зрілість сприймається сьогодні

¹ Лішаєв, С. (2016). От детства к зрелости (феномен пролонгации молодости и современность). *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия Философия. Филология*, 2, 124.

² Мерскін, Д. (2015). *Сексуалізація медіа. Як і чому ми це делаем*. Харків: Гуманитарний центр, 63-64.

³ Яцино, М. (2012). *Культура індивідуалізму*. Харків: Гуманитарний центр, 17.

не стільки як акме, як новий період життя, скільки як вік, за яким проглядається старість, неміч, хвороби і смерть»¹.

Отже, головною причиною культу молодості науковці визначають «прискорення культурних змін, яке передбачає, що краще мати про запас багато спонтанної енергії, ніж багато акумульованої історії»². Переорієнтація людини інформаційного суспільства з вічного й минулого на тимчасове й майбутнє, зсув ціннісних акцентів з порядку, безперервності, невпинності, вірності, сталості на гнучкість, мобільність, рухомість, оновлення призвели до того, що молодість стала тим життєвим етапом, на який орієнтуються сучасники будь-якого віку. Культ молодості провокує формування суспільства, яке відмовляється дорослішати, яке пропагує гедоністичні цінності, яке бажає отримувати задоволення «тут і зараз». Така заглибленість у «сіномиттевість» звільняє сучасників від необхідності будувати плани й робити певні прогнози щодо майбутнього, дає змогу переборювати відчуженість, пов'язану з відсутністю віри у можливість соціальних покращень. Складності з ідентифікацією людей як молодих чи зрілих у сучасному суспільстві, на думку С. Лішаєва, визначаються нерівномірністю дорослішання: «Людина, що в певному відношенні досягла зрілості, в іншому відношенні може поводитися як дитина чи юнак. Дорослішання сьогодні розшаровується чи розтягується у часі значно більшою мірою, ніж в минулому»³. Подібний стан справ – результат економічних, соціальних і культурних змін останніх 50–80 років, що, з одного боку, сприяло прискорюванню дорослішання, з іншого, стимулювало перетворення молодості в тривалий, складний, багатокомпонентний етап життя сучасника.

Обравши за 100% загальну кількість проаналізованих хештегів, частку щодо поширеності певного виду вікової ідентичності ми вираховували за формулою:

$$\text{КВП} \times 100 / \text{ЗК},$$

де КВП – кількість хештегів про певний віковий параметр, ЗК – загальна кількість хештегів про вік (рис. 2). Під час розрахунків ми обирали тематично наближені варіанти хештегів, залишаючи поза увагою графічні принципи їхнього оформлення, наприклад варіанти написання #молодість, #молодість_, #_молодість, #молодість□, #_молодість□, #молодість♥ та інші рахували як один хештег вікової ідентифікації категорії «молодість».

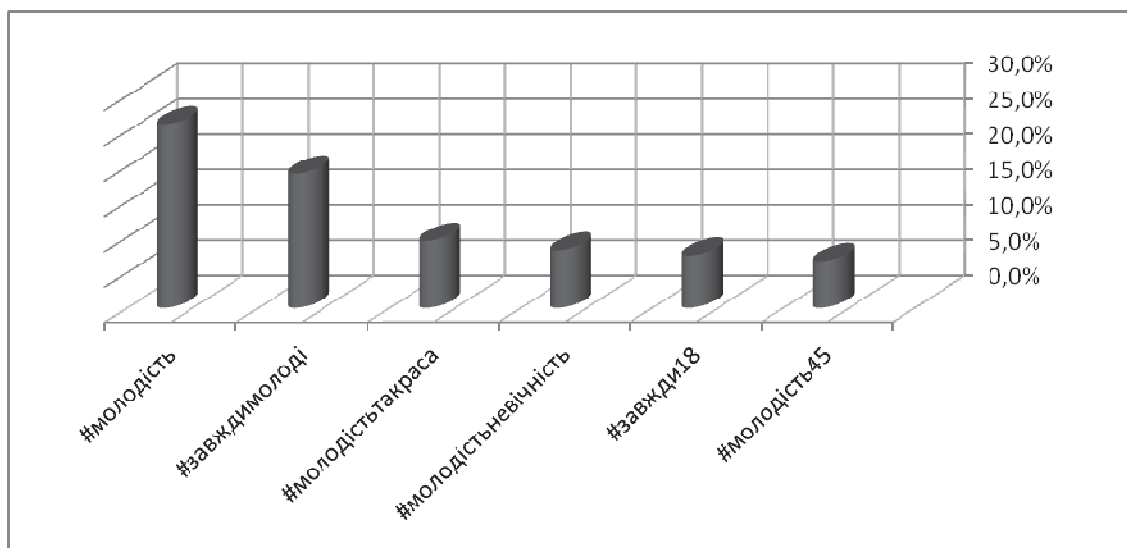


Рис. 2. Частотність найуживаніших хештегів вікової ідентифікації категорії «молодість»

¹ Лішаєв, С. (2016). От детства к зрелости (феномен пролонгации молодости и современность). *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия Философия. Филология*, 2, 125.

² Еріксен Т. Г. (2004). *Тирания моменту: швидкий і повільний час в інформаційну добу*. Львів: Кальварія, 156.

³ Лішаєв, С. (2016). От детства к зрелости (феномен пролонгации молодости и современность). *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия Философия. Филология*, 2, 119.

З частотністю нижчою за 5 % використовуються хештеги #молодістьодна (4,9 %), #молодістьцесила (4,77%), #молодістьпроходить (3,62%), #молодістьтакамолодість (2,38 %), #молодістьуженета (2,04%), #молодістьнестарість (1,53%), #молодістьмоя (1,23 %), #молодістьдуші (0,93%), #молодістьчасокриляє (0,46 %), #молодістьдурість (0,43 %), #молодістьбуваелишераз (0,29 %).

Український актор соціальної мережі Instagram здійснює сьогодні пошук нового образу старості у форматі «гонитви за молодістю», «втечі від старості», що досягається пролонгацією молодості й конструюванням позавікової ідентичності, – це, в свою чергу, не більше ніж ілюзія. Міркуючи над ситуацією зміни молодіжного статусу в сучасному суспільстві, Є. Омельченко зазначає: «Епатажність, екстравагантність, сексуальність, енергія, здорове та красиве тіло стають культовою атмосферою, стилем життя, що практикується не стільки молодими, скільки зрілими і літніми людьми»¹. Подібне легковажне ставлення до старості позбавляє сучасника будь-яких перспектив щодо похилого віку: «Гарна старість – це всього лише утримання молодості, уповільнення неминучих процесів деградації і руйнування, не більше ніж лібералізація від старіння (по Дж. Вінсенту)»². Значно менша кількість хештегів дає можливість говорити про конструювання персональної ідентичності через усвідомлення значущості «третього віку», заснованого на прожитих роках і досвіді, недоступному в більш ранньому віці, звільненого від обмежень середнього віку, наділеного самодостатніми ресурсами, необхідними для реалізації власних ідей і цілей.

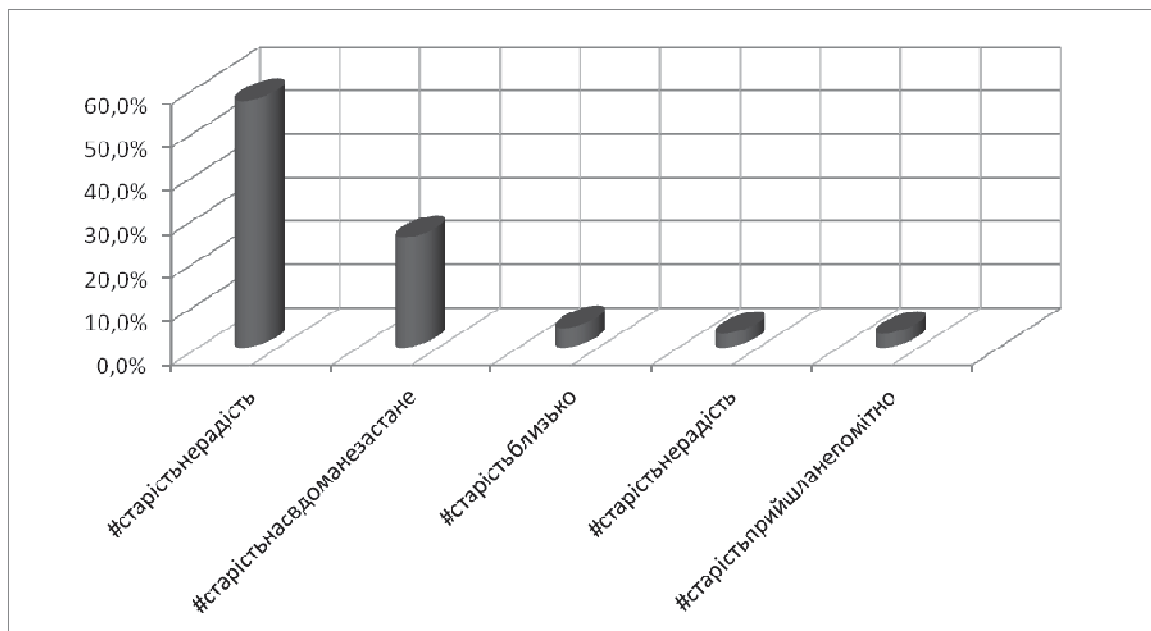


Рис. 3. Частотність найуживаніших хештегів вікової ідентифікації категорії «старість»

Поза 3%-им рівнем поширення опинилися хештеги #старістьрадість (2,4 %), #старістьнезагорами (1,87 %), #старістьщонелякає (1,6 %), #старістьдругамолодість (1,07 %) тощо.

Зворотній бік пролонгації молодості – це збільшення тривалості дорослішання, що відзначають науковці в сучасному суспільстві і класифікують у дослідницькій літературі як проблему інфантильності / ювенільності. Процес дорослішання традиційно передбачає набуття матеріальної самостійності, усвідомлення особистої відповідальності, опанування певних соціальних ролей, здатність адекватно оцінювати власні можливості, уміння критично мислити

¹ Омельченко, Е. (2006). Начало молодежной эры или смерть молодежной культуры? «Молодость» в публичном пространстве современности. *Журнал исследования социальной политики*, том 4, 2, 170.

² Шмерлина, И. (2013). Либерализация старения: теоретические иллюзии и эмпирические аномалии (Часть 1). *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 3 (115), 169.

тощо. Проте не завжди молода людина готова взяти на себе тягар відповідальності, піклуватися про близьких людей, самостійно будувати власне доросле життя. На позначення категорії молодих людей, які мають можливість поводитися по-дорослому, але користуються привілеями дорослості виключно з метою влаштування цікавого життя «тут і зараз», водночас ухиляючись від відповідальності й ризику, надаючи перевагу життю у статусі дітей, в науковій літературі використовується термін інфантили.¹ Інфантилів характеризує відсутність економічної, соціальної, в деяких випадках, інтелектуальної самостійності навіть у тому віці, коли і тілесно, і за віковим самоусвідомленням людина вже не є дитиною². Ювенільність, на відміну від інфантильності, передбачає, що «доросла людина матеріально самостійна, вміє шукати і знаходити роботу, здатна заробляти гроші»³, ювенільність – це свідомий вибір на користь пролонгації молодості. Показовими у цьому плані є хештеги, якими користувачі соціальної мережі Instagram позначають власне ставлення до дорослішання (рис. 4).

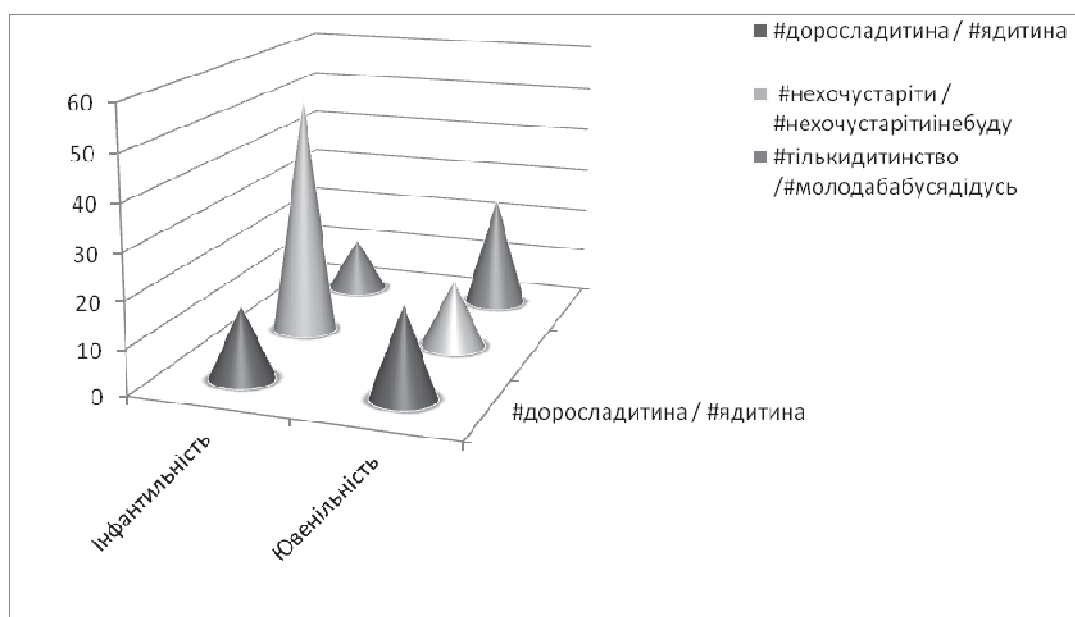


Рис. 4. Ставлення акторів соціальної мережі Instagram до дорослішання

Проведенні дослідження дають нам можливість зробити наступні висновки. Україномовні користувачі соціальної мережі Instagram надають перевагу конструюванню вікової ідентичності шляхом пролонгації молодості, що обумовлено низкою культурних і соціальних обставин: орієнтація сучасного інформаційного суспільства на прогрес, на оновлення способів соціокомунікаційної взаємодії; доволі спокійне ставлення сучасників до позашлюбних зв'язків, віддалення статевого потягу, пристрасті, від родини і дітей; оцінка зрілості і старості як антиподів «високоякісного життя» та ін. Переорієнтація людини інформаційного суспільства з вічного й минулого на тимчасове й майбутнє, зсув ціннісних акцентів з порядку, безперервності, невпинності, вірності, сталості на гнучкість, мобільність, рухомість, оновлення призвели до того, що молодість стала тим життєвим етапом, на який орієнтуються сучасники будь-якого віку. Наслідками подібної тенденції, з одного боку, є активність молоді в політичному, соціальному, культурному житті країни, з іншого боку, – погіршення демографічної ситуації, збільшення утриманських настроїв не тільки серед представників молодого покоління, але й серед зрілих і літніх людей та ін.

¹ Лишаев, С. (2016). От детства к зрелости (феномен пролонгации молодости и современность). *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия Философия. Филология*, 2, 117.

² Лишаев, С. (2016). От детства к зрелости (феномен пролонгации молодости и современность). *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия Философия. Филология*, 2, 118.

³ Лишаев, С. (2016). От детства к зрелости (феномен пролонгации молодости и современность). *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия Философия. Филология*, 2, 130.

References:

1. Toffler, E. (2000). *Tretya xvylyya* [The third wave]. Kyiv, Vyd. dim Vsesvit. [in Ukrainian].
2. Bodriyar, Zh. (2000). *V tyeni ty`syachyelyetiya, ili Priostanovka Goda* [In the shadow of the millennium, or Suspension of the Year]. *filosof.historic.ru*. <<http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000326/index.shtml>> [in Russian].
3. Eriksen, T. (2004). *Tyranyya momentu: shvydkyj i povilnyj chas v informacijnu dobu* [Tyranny of the Moment: Fast and Slow Time in the Information Age]. Lviv: Kalvariia. [in Ukrainian].
4. Llal, Dzh. (2002). *Mas-media, komunikaciya, kultura: globalnyj pidxid* [Media, Communication, Culture. A Global Approach]. Kyiv: K. I. S. [in Ukrainian].
5. Yemelin, V. (2016). Simulyakry i tehnologii virtualizacii v informacyonnom obshhyestve [Simulacra and virtualization technologies in information society]. *Nacyonalnyj psixologicheskij zhurnil* [National Psychological Journal], no. 3 (23), 86-97 [in Russian].
6. 5,6 mln ukrayinciv vzhe kory`stuyut`sya Instagram, a Facebook prosiv do 8,9 mln [5.6 million Ukrainians that are already in use of Instagram, and Facebook descend to 8.9 million]. *watcher.com.ua*. <<http://watcher.com.ua/2017/06/27/5-6-mln-ukrayintsiv-vzhe-korystuyutsya-instagram-a-facebook-prosiv-do-8-9-mln/>> [in Ukrainian].
7. Ly`shaev, S. (2015). Vozrast y` vremena [Age and time]. *Vestny`k Russkoj xry`sty`anskoj gumany`tarnoj akademii* [The bulletin of the Russian Christian Academy], Volume 15, Issue 4, 46-55 [in Russian].
8. Yacy`no, M. (2012). *Kul`tura individualizma* [Culture of individualism]. Kharkiv: Gumanitarny`j centr [in Russian].
9. Lishayev, S. (2016). Ot detstva k zryelosti (fenomen prolongacii molodosti i sovremennost`) [From childhood to adulthood (the phenomenon of the prolongation of youth and modernity)]. *Vyestny`k Samarskoj gumanitarnoj akademii. Syeriya Filosofiya. Filologiya* [The bulletin of the Samara Humanitarian Academy. Series Philosophy. Philology], no. 2 (20), 110-132 [in Russian].