

КОЛОДРУБСЬКА К.Ю.

*студентка спеціальності «Соціальна робота»
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна*

НОВАК Т.О.

*старший викладач кафедри «Соціальна робота»
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна*

МЕРЕЖЕВЕ СУСПІЛЬСТВО: СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК НОВИЙ ВИМІР СОЦІАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ

Сучасне суспільство дедалі частіше характеризують як мережеве. За М. Кастельсом, соціальні зв'язки ХХІ століття організовані за принципом децентралізованих інформаційних потоків, що вибудовують нову «морфологію соціуму» [1]. Якщо у попередніх століттях соціальна структура базувалася на індустріальних підприємствах, державних

інститутах та локальних громадах, то нині ключовим елементом стають цифрові платформи.

Теорія мережевого індивідуалізму Б. Велмана підкреслює, що індивід більше не належить виключно до стабільних груп (сім'ї, громади, професійних організацій), а виступає як автономний «вузол» у мережі, що самостійно обирає свої соціальні зв'язки та ролі [2]. Це призводить до появи гнучких та множинних ідентичностей, які змінюються залежно від контексту мережевої взаємодії, тому мережеве суспільство можна визначити як новий тип соціальної організації, де відносини між людьми будуються через цифрові платформи, а не лише через традиційні інститути.

Соціалізація в сучасному суспільстві виходить за межі родини, школи чи професійного середовища. Значна частина цінностей, поведінкових моделей та стилю життя формується через цифрові платформи і особливе значення мають соціальні мережі такі, як Facebook, Instagram, TikTok, Telegram, що стали простором нової соціалізації. Молодь формує світогляд, стиль життя, навіть професійні компетентності у цифрових середовищах [3, с. 47]. Через TikTok та Instagram засвоює культурні зразки, музичні тренди, естетику і навіть способи спілкування. Telegram-канали в Україні стали альтернативними медіа, що впливають на політичні уподобання молоді та їхню участь у суспільних процесах. Культурна ідентичність дедалі більше пов'язується з цифровою репрезентацією – онлайн-профілями, контентом та належністю до віртуальних спільнот, які можуть відрізнитися від реальних і створюють нові способи самопрезентації.

На цій основі виникають цифрові спільноти, які частково замінюють традиційні соціальні групи. Це можуть бути фан-клуби, онлайн-волонтерські рухи, професійні мережі чи спільноти активістів. Цифрові спільноти можуть бути глобальними (рух #MeToo, Fridays for Future) або локальними (групи взаємодопомоги в Telegram, локальні Facebook-спільноти), вони характеризуються відкритістю, мобільністю та самоорганізацією. У період війни в Україні цифрові спільноти відіграли важливу роль у волонтерській мобілізації: організація зборів коштів, координація гуманітарної допомоги, інформаційна підтримка, такі українські ініціативи волонтерської допомоги під час війни демонструють силу самоорганізації через цифрові платформи [4, с. 342].

Водночас соціальні мережі є не лише культурним, а й економічним середовищем. Виникає так звана економіка креаторів, де блогери, інфлюенсери та стрімери отримують прибутки через взаємодію з аудиторією. У цьому контексті глобальні корпорації (Meta, TikTok, YouTube чи Instagram) виступають як нові соціальні інститути, що

впливають на форми комунікації та споживання. Близько 15 % української молоді віком 18-25 років пробували отримувати прибуток через соціальні платформи [5, с. 16]. Соціальні мережі не лише змінюють соціальну структуру, але й впливають на економічну динаміку, стаючи платформою для підприємництва та самореалізації.

Разом із позитивними трансформаціями мережеве суспільство породжує і низку ризиків:

1. Інформаційну нерівність: різний доступ до технологій загострює соціальну стратифікацію.

2. Кібербезпека: ризики шахрайства, фейків, маніпуляцій.

3. Алгоритмічні обмеження: інформаційні «бульбашки» формують спотворену картину світу.

4. Соціальна атомізація: коли слабкі зв'язки витісняють глибокі міжособистісні відносини.

5. Виклики для демократії: соцмережі стають майданчиком політичних маніпуляцій та інформаційних війн [5, с. 27].

Мережеве суспільство формує принципово нову модель соціальної структури, де центральним елементом стають не інститути чи територіальні громади, а децентралізовані мережі зв'язків, що функціонують через цифрові платформи. Соціальні мережі виступають не лише засобом комунікації, а й ключовим простором соціалізації, культурної ідентичності та економічної активності. Саме в них народжуються цифрові спільноти, здатні до самоорганізації та швидкої мобілізації, що особливо проявилось в Україні у волонтерському русі та громадянській активності під час кризових ситуацій.

Разом із цим, мережеве суспільство супроводжується низкою викликів – інформаційною нерівністю, ризиками кібербезпеки, соціальною атомізацією та посиленням впливу алгоритмів на формування громадської думки. Ці процеси потребують комплексного аналізу та вироблення нових стратегій соціальної політики й освіти, здатних мінімізувати загрози та посилити позитивний потенціал цифрових платформ.

Таким чином, соціальні мережі вже сьогодні стали новим виміром соціальної структури, який визначатиме напрями розвитку суспільства в майбутньому, відкриваючи перед ним як унікальні можливості, так і серйозні ризики.

Список використаних джерел

1. Castells, M. (2016). *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford : Blackwell.
2. Wellman, B. (2001). *Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252.

3. Іванова Л. О. Соціальні мережі як чинник трансформації соціальних практик молоді. *Соціологія : теорія, методи, маркетинг*. 2021. Вип 3. С. 45-56.
4. Лобовікова О. Формування інформаційної культури в умовах сучасного інформаційно-комунікативного простору. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. 2008. Вип. 14. С. 340-343.
5. Гуревич Р. С., Коношевський Л. Л., Коношевський О. Л., Люльчак С. Ю. Цифрова культура молодого покоління : як її формувати. *Методологічні проблеми впровадження цифрових технологій та інноваційних методик навчання*. Вип. 73. 2024. С. 14-29. DOI: 10.31652/2412-1142-2024-73-14-29.