

ЖИТТЄВИЙ СВІТ ОСОБИСТОСТІ В ЕПОХУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ВИКЛИКИ І ЗАГРОЗИ

Ганущак Р. І.

аспірант кафедри психології

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Університетська, 1, Львів, Україна

orcid.org/0000-0002-4976-5827

Ruslan.Hanushchak@lnu.edu.ua

Ключові слова: *життєвий світ, особистість, буття людини, новітні технології, соціальні мережі, соціальні медіа, Facebook, Інтернет.*

У статті розглянуто актуальну проблему впливу новітніх інформаційних технологій на буття сучасної людини. Проблема розглянуто з перспективи життєвого світу особистості. Такий погляд дає змогу дослідити вплив стрімкої віртуалізації життя на безпосереднє буття людини, її внутрішній світ та суб'єктивні переживання. Життєвий світ як динамічна психологічна система інтерпретацій та досвіду, крізь призму якої людина сприймає навколишній світ, соціальне оточення та саму себе, лежить у самій основі унікальності особистості. У статті розкрито потенційні загрози для цілісності та гармонійності цієї системи, що можуть підстерігати користувачів Інтернету та соціальних мереж.

Автор аналізує низку досліджень, у яких продемонстровано використання соціальних мереж як інструменту для здійснення впливів (зазвичай неетичних та негативних) на різні аспекти життєвого світу особистості. Висвітлено, як за допомогою спеціально сконструйованого повідомлення у стрічці новин соціальної мережі можна маніпулювати поведінкою користувачів у реальному житті. Продемонстровано, як технічні можливості соціальної мережі можна використати для впливу на емоційну сферу людини, викликати у користувачів певні емоційні стани. Також показано, як алгоритми роботи соціальних медіа та пошукових систем викривляють картину світу та створюють ілюзії, що заважають адекватному сприйманню реальності, зокрема, як соціальні мережі ізолюють користувачів від суперечливих думок та переконань, що становить певну небезпеку для відкритих публічних дискусій, адже користувачі зі схожими поглядами у віртуальному просторі об'єднуються між собою та відокремлюються від інших, тих, хто ці погляди не поділяє. Проаналізовано, як викривленню піддається сприйняття особистого життя інших користувачів, яке вони демонструють у соціальних мережах. Наслідком цих впливів на життєвий світ особистості можуть бути такі психологічні проблеми як невротичні реакції, страх, тривога, почуття меншовартості.

Таким чином, у статті автор окреслює коло питань та проблем, вирішення яких допоможе зрозуміти буття сучасної людини в епоху інформаційних технологій та запобігти негативним впливам на життєвий світ особистості.

LIFEWORLD OF PERSONALITY IN THE AGE OF INFORMATION TECHNOLOGIES: CHALLENGES AND THREATS

Hanushchak R. I.

Postgraduate Student at the Department of Psychology

Ivan Franko National University of Lviv

Universytetska str., 1, Lviv, Ukraine

orcid.org/0000-0002-4976-5827

Ruslan.Hanushchak@lnu.edu.ua

Key words: *lifeworld, personality, human existence, new technologies, social networking services, social media, Facebook, Internet.*

The article considers the relevant problem of the influence of the new information technologies on the modern person's existence. The issue is considered from the perspective of the lifeworld of the personality. Such point of view allows us to explore the impact of rapid virtualization of life on the person's immediate existence, its inner world and subjective experiences. The lifeworld as a dynamic psychological system of interpretations and experiences, through the prism of which a person perceives the world around it, the social environment and itself, is the very basis of the uniqueness of the individual. The article reveals the potential threats to the integrity and harmony of this system that may lie in wait for users of the Internet and social networking services.

The author analyzes a number of studies that demonstrate the use of social media as a tool to influence (usually in unethical and negative way) on various aspects of the lifeworld of the personality. How a specially crafted message in a social media news feed can manipulate user behavior in real life was highlighted. It was demonstrated how the technical capabilities of a social network can be used to influence the emotional sphere of a person, to cause certain emotional states in users. How the algorithms of social media and search engines distort the picture of the world and create illusions that interfere with the adequate perception of reality was also shown. In particular, how social media isolate users from conflicting opinions and beliefs, which poses a certain danger to open public discussions, because users with similar views in cyberspace unite with each other and separate from others, those who do not share these views. It was analyzed how the perception of other users' personal life, which they demonstrate on social networks, is distorted. Such psychological problems as neurotic reactions, fear, anxiety, feelings of inferiority can be the outcomes of these influences on the person's lifeworld.

Thus, in the article the author outlines a range of issues and problems, the solution of which will help to understand the existence of modern person in the age of information technologies and prevent negative impacts on the lifeworld of the individual.

Постановка проблеми. В сучасному світі особистість перебуває в умовах реальності, яка дуже стрімко змінюється, швидкість цих змін лише зростає, при цьому зазнають пертурбацій спосіб життя людини, її особистісне буття. Одним із потужних факторів, що обумовлюють переіначення буття особистості, є його віртуалізація. Поява Інтернету й соціальних мереж привела до розширення комунікативного поля особистості, змінила характер спілкування, спровокувала різноманітні супутні ефекти, яких раніше просто не існувало через відсутність відповідних способів, інструментів та середовища для їх прояву. Соціальні мережі відіграють роль

своєрідної віртуальної трибуни, за допомогою якої особистість виражає свої інтереси, висловлює погляди та декларує цінності. Сучасна людина наче живе подвійним життям, а саме реальним та віртуальним. Усе це не може не зачіпати життєвого світу особистості. Автор концепції життєвого світу німецький філософ Е. Гуссерль визначав це поняття як світ безпосереднього повсякденного людського буття [1], отже, можемо визнати, що сучасні технології, зокрема соціальні мережі, стали невід'ємною частиною життєвого світу людини.

Актуальність проблеми впливу новітніх технологій на життєвий світ особистості обумовлена

двома такими моментами. З одного боку, це зростаюча роль цінності людської індивідуальності та своєрідності, а саме життєвий світ особистості визначає її унікальність. Сучасна людина уже не бажає бути просто гвинтиком у системі, вона вимагає прихильного ставлення до неї самої як до особистості, прийняття й розуміння її психологічних особливостей, цінностей, поглядів тощо. З іншого боку, значна частина сучасних взаємодій та комунікацій між людьми відбувається у всесвітній павутині за допомогою різноманітних месенджерів, мобільних додатків та соціальних мереж. Отже, вкрай важливим видається вивчення та розуміння взаємовпливів між реальним та віртуальним вимірами існування особистості в сучасному світі.

Актуальність цього питання підтверджується різноманітними дослідженнями, що проводилися останніми роками, які стосуються особливостей впливу Інтернету й соціальних мереж на особистість та суспільство. Питання ролі сучасних інформаційних технологій у житті людини розглядалося з різних соціальних та психологічних ракурсів, зокрема Інтернет та соціальні мережі вивчалися як інструмент різноманітних маніпулятивних впливів (О.Ф. Гіда [2], В.В. Воротинський [3], Я.А. Деркаченко [4], М.М. Присяжнюк [5], А.М. Schejter, N. Tirosh [6]), засіб втручання у приватний простір та неетичного використання персональних даних (В.О. Серьогін [7], Р.Ф. Черниш [8]), засіб соціалізації, самопрезентації чи самоідентифікації (Т.О. Галіч [9], А.О. Кургузов [10], Е.Д. Циховська [11]), новий елемент соціального середовища (Б.Я. Вахула [12], К.М. Коган [13]), засіб соціальної комунікації у різноманітних сферах людської діяльності (R. Grieve, M. Indian, K. Witteveen, G.A. Tolan, J. Marrington [14]), чинник самовідчуження особистості (О.Л. Вернік [15]), інструмент оцінки кандидата на робочу посаду (S. Vaert [16]) тощо.

Як бачимо, проводиться доволі багато досліджень впливу Інтернету та соціальних медіа на особистість. Ми вважаємо, що було б корисно поглянути на це питання з перспективи життєвого світу як основи унікальності особистості. Вбачаємо доцільним спробувати розглянути віртуальний вимір людського існування як невід'ємну частину життєвого світу особистості, зрозуміти, яке місце посідає віртуальне безпосередньо у бутті сучасної людини, як впливає на нього, якими можуть бути наслідки цього впливу.

Метою статті є аналіз впливу Інтернету та соціальних мереж на різні аспекти життєвого світу особистості. Завданнями статті є розгляд життєвого світу в контексті сучасної інформаційної епохи; виявлення загроз для життєвого світу особистості, які можуть полягати у віртуальному

вимірі людського буття. Ми розглянемо деякі конкретні приклади впливів віртуального на реальне та проаналізуємо, які ж небезпеки та виклики постають перед сучасною людиною, як це може відобразитися на характері вияву життєвого світу особистості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Життєвий світ як психологічна категорія, за визначенням Т.М. Титаренко, є відкритою, самоорганізованою системою, яка передбачає постійну пряму й зворотню проєкцію внутрішнього (суб'єктивного, ціннісного, ідеального) та зовнішнього (об'єктивного, практичного, емпіричного) світів один на одного, багаторазові видозміни суб'єктивно перетворюваної реальності, яка переломлюється як через індивідуально-психологічну своєрідність особистості, так і через засвоєний культурно-історичний контекст [17].

Таким чином, життєвий світ особистості можна розуміти як динамічну психологічну систему інтерпретацій, цінностей, переконань, досвіду тощо, крізь призму якої людина сприймає навколишній світ, соціальне оточення та саму себе. Життєвий світ виявляє себе через висловлювання індивідом (нині також за допомогою соціальних мереж) своїх цінностей та вподобань, вірувань і переконань, зацікавлень і потреб, а також через його діяльність та поведінку.

Життєвий світ сучасної людини, на нашу думку, неможливо розглядати поза контекстом епохи інформаційних технологій. Інформаційна ера – це теперішній період в історії людства, що характеризується глобальним зрушенням від традиційної індустрії, встановленої промисловою революцією, до цифрової, комп'ютеризованої індустрії, заснованої на трансфері інформації. Для цього періоду також характерні широкі можливості для кожної особи вільно передавати та приймати інформацію, а також практично миттєвий доступ до будь-якої загальнодоступної інформації. Зародження ери інформаційних технологій пов'язують із так званою цифровою революцією, повсюдним переходом від аналогових технологій до цифрових, що почався у 1980-х роках і триває досі. Велике поширення інформаційно-комунікаційних технологій стало передумовою інформаційної революції, яка визначила процеси глобалізації та виникнення постіндустріальної економіки. Основними її рушійними силами є масове поширення обчислювальної техніки, перш за все персональних комп'ютерів, всеосяжне проникнення Інтернету, масове застосування персональних портативних комунікаційних пристроїв, популяризація соціальних мереж та різноманітних мобільних додатків тощо, що кардинально змінило способи людських комунікацій та взаємодій. Створення глобального інформаційного простору,

який забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів та задоволення їх потреб у інформаційних продуктах і послугах, зростання ролі інформації, знань та інформаційних технологій у житті суспільства – все це є характерними ознаками так званого інформаційного суспільства.

Для ілюстрації масштабності цих перетворень можна вказати на кількість користувачів найпопулярнішої соціальної мережі Facebook, яка на липень 2020 року сягнула 2,7 мільярдів активних користувачів, а мобільний додаток мережі є найбільш завантажуваним додатком останнього десятиліття [18]. За останні п'ять років кількість користувачів збільшилася майже у два рази й продовжує зростати (зараз у соціальній мережі щохвилини реєструються 400 нових учасників). Сьогодні все більше людей дізнаються останні новини завдяки Google, Facebook і Twitter. Наприклад, через Google проходить третина трафіку медійних сайтів [19].

З огляду на масове поширення користування Інтернетом і соціальними мережами та стрімку віртуалізацію життя питання людського буття потребують переосмислення, доповнення та нового погляду. Враховуючи наявну кількість користувачів соціальних мереж (13 мільйонів користувачів Facebook в Україні станом на 2019 рік) та динаміку її зростання (приріст у 306,2% з 2014 по 2019 роки) (за даними комунікаційного агентства "PlusOne"), можемо впевнено сказати, що актуальність будь-яких досліджень віртуальних аспектів буття людини лише зростатиме, це питання все більше привертатиме увагу різних наук, зокрема філософії, соціології, психології, економіки, статистики.

Звісно, новий характер комунікації та стрімка віртуалізація людського буття не могли не відбитися на деяких аспектах життєвого світу особистості. Певною мірою внутрішній світ людини є відображенням зовнішнього, отже, можемо припустити, що новітні технології мають здійснювати значний вплив на її життєвий світ. Ми вважаємо, що соціальні мережі можуть певним чином впливати на різні аспекти життєвого світу особистості, як на реальний, так і на віртуальний його виміри. Достатньо згадати роль соціальних медіа у хвилях протестів та революцій у різних країнах, де вони виступили не лише як засіб організації та інформування мас, але й як інструмент формування громадської думки. Таким чином, дослідження взаємозв'язків та взаємовпливів між життєвим світом людей та характером їх активності у соціальних мережах видається вкрай важливим.

На нашу думку, найбільш плідними для окреслення проблеми життєвого світу в сучасну епоху є міркування німецького філософа і соціолога

Ю. Габермаса. Життєвий світ для нього – це певний ресурс інтерпретацій, знань та переконань, який виступає тлом для повсякденної комунікації людей [20]. Ю. Габермас розкриває питання взаємодії життєвого світу особистості й так званого системного світу. На думку філософа, структури сучасної соціальної системи є силою, яка колонізує життєвий світ індивідів, створюючи перешкоди для природної, автентичної комунікації між людьми. Сучасні мас-медіа вже не служать засобом діалогу між владою та громадянами, вони перетворюються на монополії зі своїми корисливими інтересами. Зараз вони здійснюють все більший тиск на життєвий світ людей, слідує власним цілям та цілям владних структур чи рекламодавців. Ю. Габермас також застерігає, що збільшення кількості інформації аж ніяк не веде до більшої поінформованості суспільства, а взаємодія людей у соціальних мережах, де вони ховаються за штучно створеними аватарами, настільки анонімізується, що у цих комунікаціях важко віднайти справді людський сенс. Ю. Габермас підкреслює, що такий чисто технічний та інструментальний підхід веде до дегуманізації міжособистісних відносин [21].

Життєвий світ людини розкривається у її діяльності, спілкуванні та поведінці, зокрема за посередництвом соціальних мереж. Далі на конкретних прикладах і дослідженнях розглянемо деякі впливи соціальних медіа на певні аспекти прояву життєвого світу особистості, зокрема на її актуальну поведінку, емоційну сферу, переконання, сприйняття реальності.

Дослідження показують, що за допомогою соціальних мереж можна маніпулювати політичною активністю громадян та виявом політичних переконань у реальному житті. У 2010 році група вчених з Каліфорнійського університету (Р. Бонд та інші) використала соціальну мережу Facebook як інструмент, аби спробувати поекспериментувати з явкою на вибори до конгресу США. Для цього вони демонстрували у стрічці новин американців (всього 61 мільйон користувачів) два типи повідомлень із закликом сходити проголосувати. Одній частині з них, на відміну від іншої, додатково показали юзерпіки шістьох друзів, які нібито вже проголосували. Порівняно з простим повідомленням варіант із друзями (самі автори назвали це «соціальним повідомленням») привів до того, що, за підрахунками дослідників, вдалося мобілізувати на вибори до конгресу зайві 340 тисяч осіб [22]. Таким чином, проста маніпуляція повідомленням про вибори у соціальній мережі виявилася вкрай ефективною для впливу на бажання людей висловити свої політичні вподобання у реальному житті, безпосередньо на виборчій дільниці. Це, на нашу думку, відкриває

широке поле для політичних махінацій і нечесних впливів на користувачів соціальної мережі, що становить загрозу не лише для кожного окремого користувача, але й для суспільства загалом.

Особливої гостроти ця проблема набула після скандалу з компанією “Cambridge Analytica”, яка розробляла стратегії впливу на користувачів соціальних мереж у процесі різноманітних виборчих кампаній (більш як 200 випадків по всьому світі), використовуючи зібрані особисті дані та створюючи психологічні портрети користувачів. Алгоритми “Cambridge Analytica” було розроблено переважно психологом з Кембриджського університету і Стенфордської вищої школи бізнесу М. Косинським, хоча сам учений заперечував надання своїх напрацювань цій компанії [23]. В їх основі лежать психологічний поведінковий аналіз з опорою на Велику п’ятірку, диспозиційна модель особистості, вивчення великих даних (big data) і таргетована реклама. Все це дає змогу здійснювати значний маніпулятивний вплив на користувачів соціальних мереж.

Ще більш показовим є те, що за допомогою соціальних мереж можна впливати на внутрішній світ людини, зокрема на її емоційну сферу. Настрій, емоційна налаштованість є одним із ключових компонентів життєвого світу особистості [24]. Дослідження, у якому було продемонстровано такий вплив, було проведено у 2012 році співробітниками Facebook А. Крамером та його колегами. Вони піддали вибірковій цензурі френд-стрічку 689 003 користувачів без їхнього відома таким чином, що одна частина користувачів переставала бачити у себе в стрічці до 90% записів з «негативним» змістом, інша – до 90% «позитивних» записів. «Негатив» від «позитиву» відрізняла спеціальна програма-фільтр за ключовими словами-маркерами, які певним чином співвідносяться з позитивними й негативними емоціями.

Крізь фільтр дослідниками було пропущено 3 мільйони записів, що містили 122 мільйони слів. Метою дослідників був аналіз того, як записка стрічки відіб’ється на активності користувачів соціальної мережі. Було виявлено, що ті, у кого зі стрічки повиділялися «позитивні» записи, самі почали писати більш похмурі тексти (частота відповідних слів-маркерів зросла настільки, що з ймовірністю 99,3% це не є випадковим збігом). Отже, за допомогою спеціально організованого впливу у соціальній мережі можна маніпулювати емоційним станом користувачів, відповідно, впливати на одну з основних складових частин життєвого світу особистості.

Автори дослідження висвітлюють феномен «масового зараження емоціями через соціальні мережі». Вони стверджують, що їхнє дослідження демонструє, що, всупереч колишнім припущен-

ням, взаємодія обличчям до обличчя й невербальні сигнали не є конче необхідними для зараження емоціями [25].

Варто зазначити, що результати цього дослідження перегукуються з висунутою американським психологом Л.Ф. Барретт теорією конструювання емоцій. У цій теорії йдеться про те, що емоції є не так вродженими та універсальними психічними процесами, як створеними самою людиною під впливом різноманітних факторів, зокрема фізіологічних, соціальних, культурних і навіть лінгвістичних (емоція неможлива без певного понятійного апарату, який дає цій емоції назву та описує характерні для неї прояви) [26]. Таким чином, створивши певну ситуацію з певними умовами, можемо викликати у людей відповідні емоційні реакції. Зрозуміло, що цілеспрямоване «накручування» емоцій у великій групі людей також може мати негативні наслідки, і не лише для тих, хто безпосередньо піддався такому впливу. Можемо пригадати емоційні виступи деяких диктаторів перед величезною аудиторією, проте, як бачимо, зараз для «емоційного зараження» не потрібно ані харизматичного лідера, ані фізичного контакту, а аудиторія сучасних соціальних мереж є значно більшою за ту кількість людей, яку можна було би зібрати в один час і в одному місці.

Отже, хоча люди зазвичай впевнені, що проголосувати або емоційно висловитися їх ніхто не змушує, вони вільно повідомляють про щось прямим текстом, коли пишуть пост у Facebook, проте, як показують дослідження, за допомогою соціальної мережі їм можуть нав’язувати свої емоції та думки інші малознайомі люди з Інтернету. Facebook – це просто сторінка в браузері, де випадкові знайомі і знайомі знайомих розповідають про те, весело їм чи сумно, і діляться своїми особистими міркуваннями про те, що їх турбує. Їх більшість, очевидно, не є експертами чи авторитетами, до думки яких варто було би прислухатися. Однак, як можна зрозуміти з результатів розглянутих нами досліджень, часто від цих не надто близьких для окремо взятого користувача людей залежить, що він буде думати, відчувати й писати на власній сторінці у соціальній мережі. Таким чином, як бачимо, існує загроза цілеспрямованого чи стихійного маніпулювання й небажаного впливу на життєвий світ особистості. Перед сучасною людиною постають серйозні виклики, вона повинна докладати зусиль, інтелектуальних та емоційних, витратити час і ресурси, аби відслідковувати можливі негативні впливи та протистояти їм.

Загалом сама організація функціонування соціальних мереж є такою, що, наприклад, Facebook навіть поза будь-яким експериментом й

так постійно приховує від користувачів близько 80% всього написаного їхніми друзями. Розумний алгоритм, знаючи інтереси й вподобання кожного користувача, щоразу вибирає лише незначну частину публікацій, отже, тільки вони з'являться в стрічці, усі інші будуть відкинуті. Таким чином, викривляється реальна картина розмаїття думок і поглядів.

Це становить певну проблему, адже в результаті соціальні мережі та пошукові системи активно допомагають ізолювати окремо взятого користувача від несхожих думок, що створює для нього ілюзію, начебто його погляди та переконання поділяє абсолютна більшість людей. З 2009 року Google підлаштовує пошукову видачу за одним і тим же запитом під інтереси конкретного користувача. Наприклад, за словом «Леонардо» пошуковик комусь видасть біографію Леонардо Да Вінчі, іншому – посилання на фільмографію актора Леонардо Ді Капріо, а ще комусь – взагалі сторінку з мультсеріалом про черепашок-ніндзя. Небезпечним для відкритих публічних дискусій, на наш погляд, є те, що це стосується проблемних та суспільно значущих тем, таких як генетично модифіковані організми, екстракорпоральне запліднення, аборти, вакцинація, здоровий спосіб життя, «легалайз», екологічні проблеми, сексуальна орієнтація, сексуальна просвіта. Пошуковики на запит користувача просто видають сайти, інформація на яких лише підтверджує його переконання, та приховує ресурси з даними, які їм суперечать.

Наступне дослідження демонструє, що механізм фільтрів Facebook здатен здійснювати свого роду політичну цензуру. Наприклад, він обмежує доступ до новин, які йдуть врозріз з політичними переконаннями аудиторії. Таким є висновок дослідження Е. Бакши та колег з команди дослідницького відділу Facebook і Мічиганського університету. Дослідники проаналізували стрічки 10,1 мільйонів користувачів із США, які явно зазначили у профілі свою політичну позицію. Для простоти все розмаїття поглядів було зведено до трьох категорій: вийшло 4,1 мільйони «лібералів», 1,6 мільйон «помірних» і 4,4 мільйони «консерваторів». Вчені протягом шести місяців (із 7 липня 2014 року до 7 січня 2015 року) стежили за тим, як ці користувачі ділилися один з одним новинами, головне, хто які новини бачив у себе в стрічці. В результаті було з'ясовано, що у лібералів свої новини, а у консерваторів – свої. Отже, замість того, щоб обговорювати одні й ті ж статті з різних позицій, люди протилежних політичних переконань просто не бачать дописів інакомислячих [27].

Дослідження показало, що алгоритми Facebook жорстко проріджують стрічку новин, намагаючись за попередніми вподобаннями передбачити,

що з нового контенту зацікавить певного користувача, а що ні. На цій стадії відбувається мимовільна політична цензура, адже користувачі з більшою ймовірністю вподобають те, що добре узгоджується з їхніми переконаннями. Відповідно, Facebook намагається видати їм якомога менше нецікавого – і частка «конфліктних» новин падає.

У дослідженні підсумовано, що природне бажання читати однодумців і небажання лайкати те, що розходиться з усталеними поглядами, породжує парадокс: якщо надати користувачам повну свободу доступу до інформації, вони самі докладають зусиль, аби себе дезінформувати [27].

Отже, соціальні мережі самі по собі з огляду на певні алгоритми їх функціонування дещо викривляють реальний стан речей для кожного окремого користувача. Далі у статті ще буде звернено увагу на те, які загрози становить це викривлення для життєвого світу сучасної людини.

Проблема такого викривлення реальності не нова. Ще наприкінці 1960-х років теоретики медіа висунули критичну стосовно телебачення гіпотезу культивациі, яка пояснювала те, як без будь-якого комітету з ідеології, який займався б дезінформацією, телевизор вирощує («культивує») в головах у глядачів спотворену картину світу [28]. Наприклад, одним із найпопулярніших героїв шоу та телесеріалів є поліцейський, в результаті чого глядачі підпадають під переконання, що поліція – ледь не ключова діюча сила суспільства.

Ще однією небезпекою є те, як соціальні мережі викривляють та ідеалізують повсякденне життя інших людей. Такі соціальні мережі, як Facebook та Instagram, ненавмисно спотворюють пропорції речей. Мало не всіх, кого ми додали в друзі чи на кого підписалися, соціальні мережі автоматично перетворюють у зразки для наслідування та об'єкти заздрості.

Відзначимо, що соціальні мережі роблять чуже життя в рази яскравішим. Люди багато пишуть про рідкісне і приємне, зокрема подорожі, подарунки, народження дітей і святкові події, а про робочу рутину чи проблеми – навпаки, мало. В результаті цього починає здаватися, що життя інших – це постійне свято. Сотні людей, кожна з яких проводить у відпустці на морі тиждень на рік (і увесь цей тиждень активно ділиться фотографіями з відпочинку), цілком вистачить, аби створити у френдстрічці окремо взятого користувача відчуття безперервних канікул.

Друзі у Facebook мають на окремо взятого середньостатистичного користувача певний вплив ще й тому, що загалом вони краще соціалізовані, а соціальність, зазначимо, теж є одним із ключових аспектів життєвого світу особистості [29]. Ця краща соціалізованість – не ілюзія сприйняття (як

«безперервні канікули»), а математичний факт, так званий парадокс дружби. Першим на нього звернув увагу американський соціолог С. Фельд. Ним було опубліковано статтю про те, чому у ваших друзів більше друзів, ніж у вас [30]. Логіка його відповіді, застосована до сучасних реалій, така: чим хтось популярніший у соціальній мережі, тим більше шансів, що ви додасте його в друзі, тому ті, з ким дружить довільно взятий користувач, в середньому популярніші за нього самого.

Дослідження, у якому перевірили цей парадокс, було проведене на замовлення Facebook фахівцями з Big Data з різних американських університетів (Дж. Югандер та інші). Дослідження охопило всю множину із 721 мільйона активних на той момент (2011 рік) користувачів соціальної мережі, пов'язаних 69 мільярдами «дружб». Було з'ясовано, що у середньостатистичної, навмання взятої людини із соціальної мережі 190 друзів, а у кожного з цих 190 друзів в середньому цілих 635 друзів. Причому парадокс не тільки працює «в середньому», але й строго виконується для 93% аудиторії Facebook і 98% аудиторії Twitter [31].

На практиці це означає, що друзі у Facebook – це досить спеціальна вибірка соціально успішних людей, а зовсім не «всі», на думку яких варто посилалися як на загальноприйняту. Отже, така вибірка є нерепрезентативною і не відображає реального стану речей.

Невідповідність між інформацією із соціальних мереж та реальним станом речей, як можна побачити на основі аналізу наукових досліджень, становить небезпеку для життєвого світу особистості, сприяючи дисгармонійному та дисфункціональному його розвитку, адже чим різкішими є відмінності та суперечності між суб'єктивним життєвим світом та реальним світом, чим глибшими є невідповідності під час зіткнення внутрішнього й зовнішнього світів, чим більшою є схильність до ілюзій та викривлень сприйняття, тим більш дисгармонійним є такий життєвий світ. Інтернет та соціальні мережі з потоком неперевіреної, неправдивої, сумнівної, «фейкової» інформації є благодатним ґрунтом, на якому множаться різноманітні ілюзії та фальсифікації, що для сучасної людини, яка значну частину свого часу проводить на віртуальних просторах всесвітньої павутини, становить суттєву небезпеку та вносить дисгармонію у її життєвий світ.

Наприклад, одним з наслідків такого викривлення реальності, зокрема сприйняття друзів у соціальних мережах як більш успішних, є те, що у багатьох людей виникають негативні психологічні стани, такі як страх і тривога, які є частиною порівняно нової психологічної проблеми – так званого синдрому втрачених можливостей (Fear Of Missing Out, FOMO). Мотиваційні, емоційні

та поведінкові аспекти цієї проблеми досліджує А. Пшибильські з колегами [32]. «Синдром втрачених можливостей» – це невротична реакція, для якої характерні високий рівень напруженості, тривожності та відчуття меншовартості від того, що людина нібито пропускає якісь можливості, а також нав'язливий страх прогавити якусь важливу інформацію чи цікаву подію, поки вона перебувала офлайн. Ця реакція виникає, якщо в особи порушене почуття самоцінності, що додатково підсилюється викривленим сприйняттям реальності через, зокрема, соціальні мережі, коли здається, що всі навколо займаються чимось хорошим та захопливим, а лише вона працює на нудній роботі, хворіє або просто неякісно і марно проводить свій час [32]. Підсумовуючи, можемо зазначити, що сучасна людина живе під великим тиском соціальних мереж, де чуже життя видається більш яскравим та насиченим, ніж її власне.

Висновки. Впливи на життєвий світ сучасної людини віртуального виміру її буття мають певні небезпеки та ставлять перед людиною серйозні виклики: як сформувати та зберегти цілісний, несуперечливий та гармонійний життєвий світ, який би максимально органічно та несуперечливо співвідносився з реальністю. Це непроста задача, яка вимагає від особистості значних свідомих зусиль, адже, як ми продемонстрували у нашій статті, хоча у соціальних мережах людина нібито сама вибирає, що дивитися і читати, проте її власні когнітивні помилки від прагнення ідеалізувати життя інших людей до нетерпимості до чужих думок, її вподобання, інтереси, переконання, підсилені особливостями функціонування соціальних мереж, дещо спотворюють реальність, впливаючи на життєвий світ особистості та різні аспекти його прояву.

Потрібно визнати, що Інтернет і соціальні мережі є потужним та серйозним інструментом такого впливу. Сучасний віртуальний вимір людського буття не лише здатний впливати на формування та способи й характер вираження життєвого світу особистості, але й, здається, претендує на те, щоби постати органічною його частиною. Отже, з огляду на той факт, що в сучасному світі новітні технології стали невід'ємним елементом буття людини, слід виняткової уваги надавати особливостям взаємодії та взаємовпливу між реальним та віртуальним, зокрема задля запобігання негативним і небажаним ефектам, які можуть виникати у процесі користування Інтернетом і соціальними мережами та становити певну загрозу для цілісності та гармонійності життєвого світу особистості. Отже, подальші дослідження ролі та місця новітніх технологій з перспективи життєвого світу особистості видаються вкрай актуальними та важливими.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гуссерль Э. Логические исследования. Картезианские размышления. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Кризис европейского человечества и философии. Философия как строгая наука. Минск : Харвест, 2000. 752 с.
2. Гада О.Ф. Соціальні мережі як засіб деструктивних впливів через інформаційний простір. *Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика)*. 2013. № 3 (31). С. 268–278.
3. Воротинський В.В. Трансформація методів політичної маніпуляції як наслідок зміни уподобань користувачів мережі Інтернет. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2015. Т. 1. № 7. С. 19–28.
4. Деркаченко Я.А. Соціальні мережі як середовище для технологій маніпулятивного впливу. *Сучасний захист інформації*. 2016. № 1. С. 51–59.
5. Присяжнюк М.М. Соціальні мережі як ефективний інструмент інформаційно-психологічного впливу іноземними спецслужбами. *Інтернаука*. 2017. Т. 1. № 2 (24). С. 74–78.
6. Schejter A.M., Tirosh N. “Seek the meek, seek the just”: social media and social justice. *Telecommunications Policy*. 2015. № 39. P. 796–803.
7. Сєрьогін В.О. Соціальні мережі як загроза прайвесі. *Форум права*. 2011. № 2. С. 822–827.
8. Черниш Р.Ф. Соціальні мережі як один з інструментів накопичення та протиправного використання персональних даних громадян. *Проблеми законності*. 2017. № 136. С. 205–214.
9. Галіч Т.О. Соціальні мережі Інтернету як агент соціалізації молоді. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління*. 2014. Т. 15. № 281. С. 250–256.
10. Кургузов А.О. Соціальні мережі як сучасний інструмент процесу соціокультурної самоідентифікації особи. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2017. № 70. С. 54–61.
11. Циховська Е.Д. Самопрезентація у соціальних мережах: акаунт у Facebook як інструмент створення іміджу. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2017. № 17. С. 137–147.
12. Вахула Б.Я. Соціальні інтернет-мережі, їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. *Вісник Львівського університету*. 2012. № 6. С. 311–319.
13. Коган К.М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2014. № 16. С. 61–71.
14. Grieve R., Indian M., Witteveen K., Tolan G. A., Marrington J. Face-to-face or Facebook: can social connectedness be derived online? *Computers in Human Behavior*. 2013. Vol. 29. No. 4. P. 604–609.
15. Вернік О.Л. Соціальні мережі і самовідчуження особистості. *Актуальні проблеми психології*. 2015. Т. 7. № 40. С. 21–32.
16. Baert S. Facebook profile picture appearance affects recruiters’ first hiring decisions. *New Media & Society*. 2017. Vol. 20. No. 3. P. 1220–1239.
17. Титаренко Т.М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності. Київ : Либідь, 2003. 376 с.
18. Facebook reports second quarter 2020 results. *Facebook Investor Relations*. July 31, 2020. Retrieved September 5, 2020.
19. Foer F. World without mind: the existential threat of big tech. New York : Penguin Press, 2017. 258 p.
20. Habermas J. The theory of communicative action. Boston : Beacon Press, 1984. 465 p.
21. Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма. Теоретическая социология : антология : в 2 ч. Москва : Книжный дом «Университет», 2002. 365 с.
22. Bond R.M., Fariss Ch.J., Jones J.J., Kramer A., Marlow C., Settle J.E., Fowler J.H. A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*. 2012. Vol. 489. No. 7415. P. 295–298.
23. Grassegger V.H., Krogerus M. Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt: Der Psychologe Michal Kosinski hat eine Methode entwickelt, um Menschen anhand ihres Verhaltens auf Facebook minutiös zu analysieren. *Das Magazin*. Dezember, 2016.
24. Todres L., Galvin K., Dahlberg K. Lifeworld-led healthcare: revisiting a humanizing philosophy that integrates emerging trends. *Medicine, Health Care and Philosophy*. 2007. Vol. 10. P. 53–63.
25. Kramer A., Guillory J.E., Hancock J.T. Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2014. Vol. 111. No. 24. P. 8788–8790.
26. Barrett L.F. How emotions are made: the secret life of the brain. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 2017. 449 p.
27. Bakshy E., Messing S., Adamic L. A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*. 2015. Vol. 348. No. 6239. P. 1130–1132.

28. Cohen J., Weimann G. Cultivation revisited: some genres have some effects on some viewers. *Communication Reports*. 2000. Vol. 13. No. 2. P. 99–114.
29. Merleau-Ponty M. *Phenomenology of perception*. London : Routledge & Kegan Paul, 1978. 466 p.
30. Feld S.L. Why your friends have more friends than you do. *American Journal of Sociology*. 1991. Vol. 96. No. 6. P. 1464–1477.
31. Ugander J., Karrer B., Backstrom L., Marlow C. *The anatomy of the Facebook social graph*. Ithaca, NY : Cornell University, 2011.
32. Przybylski A., Murayama K., DeHaan C., Gladwell V. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. 2013. Vol. 29. No. 4. P. 1841–1848.

REFERENCES

1. Husserl E. (2000) Logicheskiye issledovaniya. Kartezianskiye razmyshleniya. Krizis yevropeyskikh nauk i transtsendental'naya fenomenologiya. Krizis yevropeyskogo chelovechestva i filosofii. Filosofiya kak strogaya nauka. [Logical investigations. Cartesian meditations. The crisis of European sciences and transcendental phenomenology. The crisis of European humanity and philosophy. Philosophy as a rigorous science]. Minsk : Kharvest. 752 p. [in Russian]
2. Hida O.F. (2013) Sotsial'ni merezhi yak zasib destruktivnykh vplyviv cherez informatsiynyy prostir [Social networks as a means of destructive influences through the information space]. *Borot'ba z orhanizovanoyu zlochynnistyu i koruptsiyeyu (teoriya i praktyka) [Fight against organized crime and corruption (theory and practice)]*. № 3 (31). P. 268–278. [in Ukrainian]
3. Vorotynsky V.V. (2015) Transformatsiya metodiv politychnoyi manipulyatsiyi yak naslidok zminy upodoban' korystuvachiv merezhi Internet [Transformation of methods of political manipulation as a consequence of changing preferences of Internet users]. *Suchasne suspil'stvo: politychni nauky, sotsiologichni nauky, kul'turolohichni nauky [Modern society: political sciences, sociological sciences, culturological sciences]*. Vol. 1, № 7. P. 19–28. [in Ukrainian]
4. Derkachenko Y.A. (2016) Sotsial'ni merezhi yak seredovyshe dlya tekhnolohiy manipulyatyvnoho vplyvu [Social networks as an environment for technologies of manipulative influence]. *Suchasnyy zakhyst informatsiyi [Modern protection of information]*. 2016. № 1. P. 51–59. [in Ukrainian]
5. Prysyazhniuk M.M. (2017) Sotsial'ni merezhi yak efektyvnyy instrument informatsiyno-psykholohichnoho vplyvu inozemnyimi spetssluzhbamy [Social networks as an effective tool of information and psychological influence by foreign intelligence services]. *Internauka [Interscience]*. Vol. 1, № 2 (24). P. 74–78. [in Ukrainian]
6. Schejter A.M. and Tiros N. (2015) “Seek the meek, seek the just”: social media and social justice. *Telecommunications Policy*. No. 39. P. 796–803.
7. Seryogin V.O. (2011) Sotsial'ni merezhi yak zahroza prayvesi [Social networks as a threat to privacy]. *Forum prava [Law Forum]*. № 2. P. 822–827. [in Ukrainian]
8. Chernysh R.F. (2017) Sotsial'ni merezhi yak odyin z instrumentiv nakopychennya ta protypravnoho vykorystannya personal'nykh danykh hromadyan [Social networks as one of the tools of accumulation and illegal use of personal data of citizens]. *Problemy zakonnosti [Problems of legality]*. № 136. P. 205–214. [in Ukrainian]
9. Galich T.O. (2014) Sotsial'ni merezhi Internetu yak ahent sotsializatsiyi molodi [Social networks of the Internet as an agent of socialization of youth]. *Suchasni suspil'ni problemy u vymiri sotsiologiyi upravlinnya: zbirnyk naukovykh prats' DonDUU [Modern social problems in the dimension of sociology of management: a collection of scientific works of DonSUM]*. Vol. 15, № 281. P. 250–256. [in Ukrainian]
10. Kurguzov A.A. (2017) Sotsial'ni merezhi yak suchasnyy instrument protsesu sotsiokul'turnoyi samoidentyfikatsiyi osoby [Social networks as a modern tool of the process of socio-cultural self-identification of a person]. *Humanitarnyy visnyk ZDIA [Humanitarian bulletin of ZSEA]*. № 70. P. 54–61. [in Ukrainian]
11. Tsikhovska E.D. (2017) Samoprezentatsiya u sotsial'nykh merezhakh: akaunt u Facebook yak instrument stvorennya imidzhu [Self-presentation in social networks: Facebook account as a tool for image creation]. *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu [Bulletin of Dnipropetrovsk University]*. № 17. P. 137–147. [in Ukrainian]
12. Vakhula B.Y. (2012) Sotsial'ni Internet-merezhi, yikhni funktsiyi ta rol' u formuvanni hromadyans'koho suspil'stva [Social Internet networks, their functions and role in the formation of civil society]. *Visnyk L'viv'skoho universytetu [Bulletin of Lviv University]*. № 6. P. 311–319. [in Ukrainian]
13. Kogan K.M. (2014) Sotsial'ni merezhi yak element novoho sotsial'noho seredovyscha [Social networks as an element of a new social environment]. *Mizhnarodnyy naukovyy forum: sotsiologiya, psykholohiya,*

pedahohika, menedzhment [International scientific forum: sociology, psychology, pedagogy, management]. № 16. P. 61–71. [in Ukrainian]

14. Grieve R., Indian M., Witteveen K., Tolan G. A., Marrington J. (2013) Face-to-face or Facebook: can social connectedness be derived online? *Computers in Human Behavior*. Vol. 29. No. 4. P. 604–609.
15. Vernik O.L. (2015) Sotsial'ni merezhi i samovidehuzhennya osobystosti [Social networks and self-alienation of the individual]. *Aktual'ni problemy psykholohiyi [Current problems of psychology]*. Vol. 7. № 40. P. 21–32. [in Ukrainian]
16. Baert S. (2017) Facebook profile picture appearance affects recruiters' first hiring decisions. *New Media & Society*. Vol. 20. No 3. P. 1220–1239.
17. Tytarenko T.M. (2003) Zhyttyevyy svit osobystosti: u mezhakh i za mezhamy budennosti [Lifeworld of personality: everyday life and beyond]. Kyiv : Lybid. 376 p. [in Ukrainian]
18. Facebook reports second quarter 2020 results. *Facebook Investor Relations*. July 31, 2020. Retrieved September 5, 2020.
19. Foer F. (2017) World without mind: the existential threat of big tech. New York : Penguin Press. 258 p.
20. Habermas J. (1984) The theory of communicative action. Boston : Beacon Press. 465 p.
21. Habermas J. (2002) Otnosheniya mezhdou sistemoy i zhiznennym mirom v usloviyakh pozdnego kapitalizma [Relations between the system and the lifeworld in the conditions of late capitalism]. / Teoreticheskaya sotsiologiya: antologiya v 2 ch. [Theoretical sociology: anthology in 2 vol.]. Moscow : Book house "University". 365 p. [in Russian]
22. Bond R.M., Fariss Ch.J., Jones J.J., Kramer A., Marlow C., Settle J.E. and Fowler J.H. (2012) A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*. Vol. 489. No. 7415. P. 295–298.
23. Grassegger V.H. und Krogerus M. (2016) Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt: Der Psychologe Michal Kosinski hat eine Methode entwickelt, um Menschen anhand ihres Verhaltens auf Facebook minutiös zu analysieren. *Das Magazin*. Dezember, 2016.
24. Todres L., Galvin K. and Dahlberg K. (2007) Lifeworld-led healthcare: revisiting a humanizing philosophy that integrates emerging trends. *Medicine, Health Care and Philosophy*. Vol. 10. P. 53–63.
25. Kramer A., Guillory J.E. and Hancock J.T. (2014) Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 111. No. 24. P. 8788–8790.
26. Barrett L.F. (2017) How emotions are made: the secret life of the brain. Boston : Houghton Mifflin Harcourt. 449 p.
27. Bakshy E., Messing S. and Adamic L. A. (2015) Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*. Vol. 348, No. 6239. P. 1130–1132.
28. Cohen J. and Weimann G. (2000) Cultivation revisited: some genres have some effects on some viewers. *Communication Reports*. Vol. 13. No. 2. P. 99–114.
29. Merleau-Ponty M. (1978) Phenomenology of perception. London : Routledge & Kegan Paul. 466 p.
30. Feld S.L. (1991) Why your friends have more friends than you do. *American Journal of Sociology*. Vol. 96. No. 6. P. 1464–1477.
31. Ugander J., Karrer B., Backstrom L. and Marlow C. (2011) The anatomy of the Facebook social graph. Ithaca. NY : Cornell University.
32. Przybylski A., Murayama K., DeHaan C., Gladwell V. (2013) Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. Vol. 29. No 4. P. 1841–1848.