

ІНФОРМОЛОГІЯ. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 004.738:316.48

DOI 10.32461/2409-9805.1.2026.356342

Цитування:

Вільчинська І. Ю., Доскіч Л. С. Інформаційна діяльність в епоху цифрових медіа як чинник формування соціальних сенсів. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2026. № 1. С. 96–101.

Vilchynska I., Dосkich L (2026). Information Activity in the Era of Digital Media as a Factor in Forming Social Senses. *Library Science. Record Studies. Informology*, 1, 96–101 [in Ukrainian].

Вільчинська Ірина Юрївна,

доктор політичних наук,
професор, професор Київського столичного
університету імені Бориса Грінченка
<https://orcid.org/0000-0001-5388-7811>
poisk.07@ukr.net

Доскіч Людмила Степанівна,

кандидат політичних наук, доцент,
доцент Київського національного
університету культури і мистецтв,
Київського університету культури
<https://orcid.org/0000-0003-2465-7835>
ludochka1234d@gmail.com

**ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ МЕДІА
ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ СЕНСІВ**

Мета статті – проаналізувати інформаційну діяльність у просторі цифрових медіа як ключовий механізм формування соціальних смислів, а також осмислити вплив соціальних медіа, алгоритмічної селекції контенту та медіатизованих практик взаємодії на трансформацію соціальних дискурсів і комунікативної реальності. **Методологічну основу дослідження** становлять інформологічний та соціокомунікативний підходи, які дають змогу проаналізувати інформаційну діяльність як складний соціокультурний процес. Системний і структурно-функціональний аналіз застосовано для виявлення ролі цифрових медіа у формуванні соціальних сенсів; дискурсивний аналіз – для осмислення механізмів сенсотворення у цифрових комунікаціях. **Наукова новизна.** Інформаційну діяльність розглянуто як соціокультурну практику сенсотворення, яка формується через взаємодію користувачів, цифрових медіа та алгоритмічних механізмів платформ. Обґрунтовано, що соціальні сенси в цифровому середовищі виникають не лише в процесі міжособистісної комунікації, а й у результаті алгоритмічної структурованості інформаційних потоків. **Висновки.** Цифрова епоха трансформувала інформаційну діяльність у соціокультурну практику сенсотворення, в межах якої інформація перестає бути нейтральним ресурсом і набуває значення лише через процеси інтерпретації, відбору та соціальної взаємодії. Цифрові медіа виступають ключовими агентами формування соціальних сенсів, оскільки поєднують комунікативні практики користувачів із алгоритмічно структурованими інформаційними потоками, які визначають видимість, пріоритетність і контекстуалізацію контенту. У результаті інформаційна діяльність відбувається в умовах заданої структури, коли сенси не лише продукуються, а й ієрархізуються, що безпосередньо впливає на формування публічних уявлень, пріоритетів, колективних ідентичностей, соціальних дискурсів, особистісної ідентичності й под. Тому цифрові медіа варто розглядати не як нейтральні канали комунікації, а як активні інституційні середовища, інтегровані в процеси конструювання соціальної реальності сучасного суспільства та відповідної інформаційної діяльності.

Ключові слова: інформаційна діяльність, цифрові медіа, соціальні комунікації, сенсотворення, соціальні сенси.

Vilchynska Iryna,
Doctor of Political Sciences, Professor,
Kyiv Metropolitan University named after Borys Grinchenko

Doskich Liudmyla,
Candidate of Political Science, associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts; Kyiv University of Culture

INFORMATION ACTIVITY IN THE ERA OF DIGITAL MEDIA AS A FACTOR IN FORMING SOCIAL SENSES

The purpose of the article is to analyse information activity in the digital media space as a key mechanism for forming social meanings, as well as to comprehend the impact of platform communications, algorithmic content selection and mediatised interaction practices on the transformation of social discourses and communicative reality. The methodological basis of the study is informational and socio-communicative approaches, which make it possible to analyse information activity as a complex socio-cultural process. Systemic and structural-functional analysis is used to identify the role of digital media in the formation of social meanings; discursive analysis is used to comprehend the mechanisms of sense-making in digital communications. Scientific novelty. Information activity is considered as a sociocultural practice of sense-making, which is formed in the interaction of users, digital media and algorithmic mechanisms of platforms. It is substantiated that social meanings in the digital environment arise not only in the process of interpersonal communication, but also as a result of algorithmically structured visibility of information flows. Conclusions. The digital era has transformed information activity into a sociocultural practice of sense-making, within which information ceases to be a neutral resource and acquires meaning only through the processes of interpretation, selection and social interaction. Digital media act as key agents of social sense-making, as they combine users' communicative practices with algorithmically structured information flows that determine the visibility, priority and contextualisation of content. As a result, information activity takes place in conditions of structured visibility, when meanings are not only produced, but also hierarchised, which directly affects the formation of public perceptions, collective identities, social discourses, personal identity. Therefore, digital media should be considered not as neutral channels of communication, but as active institutional environments integrated into the processes of constructing the social reality of modern society and the corresponding information activity.

Keywords: information activity, digital media, social communications, sense-making, social meanings.

Актуальність теми дослідження. Цифрова епоха радикально змінила соціальні комунікації, породивши інформаційні простори, в межах яких інформація не лише передається, а й інтенсивно інтерпретується, фільтрується та перетворюється, зокрема на соціальні сенси. У свою чергу, цифрові медіа виступають ключовими агентами формування соціальних сенсів, оскільки поєднують технологічні, комунікативні та культурні виміри інформаційної діяльності.

Актуальність дослідження зумовлена дедалі зростаючою роллю цифрових медіа у формуванні соціальних сенсів, моделей комунікації та публічних дискурсів у сучасному суспільстві. Умови цифрового середовища трансформують інформаційну діяльність, перетворюючи її з інструменту передавання повідомлень на ключовий механізм сенсотворення, соціального впливу та конструювання реальності.

Аналіз досліджень і публікацій. Зарубіжні вчені С. Буліанн і К. Гоффманн досліджують, як алгоритмічні механізми на мережевих

платформах (Instagram) формують доступ до громадянської та політичної інформації, створюючи керовані потоки контенту [7]. С. Дас розкриває концепцію «цифрової подвійності», описуючи вплив соціальних медіа на суспільство та комунікацію [10]. В. Перес-Торрес розглядає соціальні медіа як цифрове соціальне дзеркало, яке впливає на формування ідентичності [13]. С. Спір пропонує критичну концептуалізацію платформ і економіки спільного використання, наголошуючи на політичних та соціальних аспектах цифрових технологій [14]. К. Вальтер та С. Фрізіке аналізують, як алгоритмічні уявлення впливають на науковий контент у соціальних медіа [16].

Аналіз публікацій українських вчених свідчить, що питання цифрових медіа, інформаційної діяльності та різних аспектів їхнього впливу на формування соціальних та особистісних сенсів – не нова дослідницька тема. Так, праці А. Агаркова [1], О. Данько-Сліпцової (у співавт.) [3] підкреслюють роль соціальних мереж у конструюванні особистісних і громадських уявлень.

Дослідження Ж. Денисюк і О. Яковлева [4], В. Добровольської і Л. Чередник [5] демонструють важливість інформаційної культури та інституційних практик у цифровому середовищі. Стаття Т. Биркович (у співавтор.) [2] висвітлює, як інформаційна діяльність в умовах криз і воєнних ситуацій здатна підтримувати стабільність соціальних сенсів.

Водночас у межах української науки проблема взаємозв'язку інформаційної діяльності, цифрових медіа й соціальних сенсів залишається недостатньо концептуалізованою, що зумовлює потребу в теоретичному осмисленні нових медіареалій і алгоритмічних механізмів впливу на соціальні комунікації.

Мета статті – проаналізувати інформаційну діяльність у просторі цифрових медіа як ключовий механізм формування соціальних сенсів, а також осмислити вплив цифрових комунікацій, алгоритмічної селекції контенту та медіатизованих практик взаємодії на трансформацію соціальних дискурсів і комунікативної реальності.

Виклад основного матеріалу. На відміну від традиційних медіа, сучасні цифрові платформи забезпечують не лише трансляцію інформації, а й активну участь користувачів у процесах створення, інтерпретації та поширення сенсів. Як зазначає М. Кастельс, цифрові медіа функціонують у межах мережевої логіки, в якій сенси формуються через взаємодію акторів у децентралізованому комунікаційному середовищі, а влада над інформацією дедалі більше залежить від контролю над потоками комунікації, а не над самими повідомленнями [8]. У такому середовищі інформаційна діяльність набуває соціального характеру, оскільки кожен користувач стає одночасно споживачем і продуцентом інформації.

Цю тезу розвивають сучасні дослідники цифрового суспільства, які наголошують, що мережеві медіа трансформують не лише способи поширення інформації, а й самі механізми соціальної взаємодії та влади. Зокрема, Х. ван Дейк, Т. Пулл та М. де Ваал підкреслюють, що платформи організують соціальні процеси через алгоритмічне керування видимістю, пріоритетами та зв'язками між користувачами, фактично формуючи нову інфраструктуру публічності [15, 9]. Дослідження алгоритмічної влади підтверджують, що алгоритмічна керованість потоків не лише впливає на видимість контенту, а й формує способи, якими різні групи користувачів отримують і перетворюють інформацію. Як наголошує С. Буліанн, алгоритмічні знання формують керовані потоки громадянської та політичної інформації на цифрових платформах, дозволяючи певній аудиторії активніше взаємодіяти з новинами та публічним дискурсом, потенційно виключаючи інші

[7], що демонструє, як алгоритмічні механізми визначають не лише доступ, а й на участь у цифровому публічному дискурсі.

У цьому контексті контроль над інформаційними потоками набуває стратегічного значення, оскільки саме він визначає, які сенси стають домінуючими в мережевому просторі, а які залишаються на периферії цифрової комунікації.

Одним із аспектів формування соціальних сенсів у цифрову епоху є вплив соціальних медіа на логіку комунікації та інтерпретацію інформації. У сучасних цифрових комунікаціях інформація циркулює надзвичайно швидко та інтенсивно: соціальні мережі та онлайнплатформи стали основними каналами обміну повідомленнями, через які певні ідеї та повідомлення отримують широку аудиторію та впливають на соціальні уявлення. Доказом цьому є дослідження, яке показує, що соціальні мережі здатні не лише поширювати інформацію, а й формувати громадську думку, стимулювати соціальні рухи і навіть впливати на політичні процеси [3]. Цей процес відбувається не нейтрально: алгоритмічні механізми платформ відбирають, персоналізують і підсилюють певні повідомлення, що призводить до створення специфічних рамок сприйняття, тобто певні соціальні преференції сприймаються як реальні та важливі. Відтак, цифрові медіа, стають «...симбіозом соціальної та технічної реальності, завдяки якому здійснюються усі види соціальної комунікації: масової, групової, міжособистісної на всіх технологічно-бібліотечних ресурсах: аудіовізуальному, мовленнєвому і вербальному, що має визначальний вплив на розвиток суспільства» [2, 45].

Відповідно, у сучасних медіасередовищах цифрові платформи не лише розповсюджують повідомлення, а й змінюють спосіб, у який ці повідомлення сприймаються й осмислюються в суспільстві. Це т. зв. «digital duality», тобто «цифрова подвійність», коли мережі демократизують комунікацію, одночасно підсилюючи ризики неправдивої або маніпулятивної інформації [10].

У цьому контексті соціальні сенси формуються не лише в процесі безпосередньої комунікації між користувачами, а й під суттєвим впливом технологічних рішень цифрових платформ, які визначають видимість, пріоритетність і контекстуалізацію певних тем, наративів і позицій. Алгоритмічні механізми ранжування, рекомендацій і персоналізації контенту опосередковують доступ користувачів до інформації, формуючи специфічні смислові рамки її сприйняття.

У результаті інформаційна діяльність у цифровому середовищі відбувається в умовах структурованої видимості, коли одні сенси підсилюються та нормалізуються, тоді як інші залишаються маргіналізованими або невидимими. Така

алгоритмічна селекція інформації сприяє формуванню фрагментованих інформаційних просторів і «фільтрів сприйняття», що суттєво впливає на інтерпретацію соціальної реальності та конструювання колективних уявлень.

Отже, цифрові платформи виступають не лише нейтральними середовищами комунікації, а й активними учасниками процесу сенсотворення, інтегрованими в інформаційну діяльність сучасного суспільства. Це означає, що вони формують не просто технологічну інфраструктуру, а й конкретні соціальні реалії, у яких відбувається взаємодія користувачів, економічна діяльність і політична комунікація. Таке розуміння відходить від уявлення про платформу як про пасивного посередника між користувачами та контентом, а натомість визнає її політичну та соціальну значущість. Як наголошують дослідники, коли цифрові платформи інкорпоровані в певні соціальні аранжування, вони стають засобами формування соціальних реалій, а не просто інструментами для специфічного користування [14], що підкреслює активну роль платформ у створенні значень, норм, переваг, а також самих практик онлайнвзаємодії.

У цій перспективі нейтральність платформ заперечується, оскільки їхні технічні рішення, моделі управління та алгоритмічні механізми визначають, які саме сенси і взаємодії стають домінуючими, а які маргіналізованими в цифровому просторі. Так платформи не лише транслюють повідомлення, а й спрямовують, фільтрують і упорядковують інформаційні потоки, створюючи нові форми соціальної організації, а відповідно й впливу.

Важливим аспектом є також концепція медіації соціального життя, запропонована Н. Кудрі, відповідно до якої цифрові медіа стають центральним середовищем, через яке індивіди осмислюють соціальну реальність і власне місце в ній [9]. У межах цієї концепції інформаційна діяльність розглядається як процес постійного сенсотворення, коли інформація набуває значення лише в контексті соціальних практик і культурних інтерпретацій.

Сенс тут не є простою властивістю самого повідомлення, а виникає тільки через активні інтерпретативні дії користувачів, їхні практики оцінювання, обговорення та репрезентації інформації у повсякденних соціальних контекстах. Це означає, що інформаційні змісти формуються не ізольовано, а в процесі соціальних обмінів, нормативних уявлень та культурних практик, які визначають, які повідомлення набувають ваги, авторитету чи маргіналізуються у конкретній спільноті. Як показує дослідження медіакомунікацій,

алгоритмічні системи та соціальні практики взаємодіють у процесі інтерпретації контенту: індивідуальні та контекстуально-специфічні інтерпретації непрозорих алгоритмів рекомендацій формують практику створення контенту та, зрештою, контент у соціальних мережах [16], що підкреслює важливість соціальних і культурних інтерпретацій у тому, як інформація набуває сенсу і впливу в цифровому середовищі

Отже, інформаційна діяльність в цифровому суспільстві є соціокультурно інтегрованою практикою, в якій значення створюються, оспорожуються та переформулюються в межах комунікативних діалогів між користувачами, платформами та культурними нормами.

Цифрові медіа також сприяють формуванню колективних сенсів, які виникають у межах онлайнспільнот, мережових рухів і цифрових публічних сфер. Г. Дженкінс підкреслює, що культура участі, характерна для цифрових медіа, трансформує традиційні моделі комунікації та створює нові форми соціальної взаємодії, у яких сенси формуються колективно та є результатом спільної інформаційної діяльності [12].

У таких умовах інформаційна діяльність виступає не просто технічним процесом обміну даними, а складним соціальним феноменом, який формує уявлення про реальність, моделює цінності та впливає на громадську думку, тобто має значний соціальний вплив. Цифрові платформи стають місцем формування громадських дискурсів, коли інформація зливається з культурними, політичними та соціальними сенсами. Це проявляється у тому, як люди формують уявлення про соціальні явища, оцінюють події та приймають рішення на основі «інформаційних сигналів», які були сформовані не тільки як факти, а й як соціальні значення [6]. Недарма дослідники підкреслюють, що інформаційна діяльність, зокрема бібліотек «...спрямована не просто на забезпечення доступу до необхідної інформації, а й на те, щоб стати важливим соціокультурним центром, який відіграватиме вирішальну роль у формуванні світогляду громадян та сприятиме інтелектуальному й морально-естетичному розвитку суспільства загалом» [5].

Тому поняття інформаційної діяльності дедалі більше пов'язане із питаннями взаємодії особистості з інформаційним середовищем, що включає не лише передачу повідомлень, а й їхнє осмислення та оцінювання. Це тісно переплітається з формуванням інформаційної культури, яка в цифрову епоху стає ключовою компетентністю кожного індивіда. Зокрема, інформація починає виступати не лише ресурсом для обміну, а й фундаментом для культури мислення, сприйняття і

взаємодії у соціумі [3].

У свою чергу, соціальні мережі впливають не лише на зміст повідомлень, а й на процеси самоідентифікації, що інтегрується в інформаційну діяльність окремих індивідів. Дослідження показують, що взаємодія в цифровому середовищі може змінювати поведінкові патерни, моделювати соціальні ролі та впливати на структуру самоусвідомлення у межах цифрової спільноти [1, 9].

Аналогічно якість участі в цифрових процесах (наприклад активна самопрезентація чи соціальне порівняння) безпосередньо пов'язана з глибиною та характером ідентичної рефлексії користувачів, що свідчить про соціокультурну природу ідентичності у цифровому просторі [10].

Окремим напрямом у вивченні соціальних сенсів стає поняття інформаційної свідомості, яке розглядається як соціальний феномен, який формує загальні смисли та світоглядні установки особистості у цифровому суспільстві. Це поняття включає не лише знання та інформаційні навички, а й ціннісні орієнтації, способи інтерпретації інформації, способи оцінювання отриманих повідомлень, а також їхній вплив на поведінку людини. Позаяк інформаційна свідомість синтезує зовнішні повідомлення в значущі соціальні сенси, транслюючи їх у внутрішню систему цінностей та переконань. Формування інформаційної свідомості стає ключовим аспектом розвитку цифрового суспільства, що забезпечує соціальну адаптацію та критичне осмислення інформаційних потоків.

У такому розумінні мережевий інформаційний простір виступає не стільки каналом передачі знань, скільки простором сенсотворення, в якому значення й уявлення про себе постійно конструюються, переглядаються та відтворюються в процесі комунікації і взаємодії з іншими суб'єктами.

Отже, інформаційний простір стає не лише засобом передачі знань, а й активним чинником формування ідентичності та соціальних сенсів особистості. У цифрових мережах користувачі не лише сприймають інформацію, а й постійно взаємодіють з нею через свої соціальні практики, самопрезентацію й рефлексивні дії, що безпосередньо впливає на їхню самоусвідомлену ідентичність [11]. Соціальні медіа створюють контекст, у якому особистісні уявлення про себе формуються в ході спілкування, обміну зворотним зв'язком та соціального порівняння, вони стають

середовищем, в якому конструюють свої ідентичності через взаємодію, самопрезентацію та зворотний зв'язок від онлайнаудиторії [13]. І саме це цифрове середовище стає ключовою платформою для самоусвідомлення і самовизначення в цифровому суспільстві.

Наукова новизна. Інформаційну діяльність розглянуто як соціокультурну практику сенсотворення, яка формується через взаємодію користувачів, цифрових медіа та алгоритмічних механізмів плат-форм. Обґрунтовано, що соціальні сенси в цифровому середовищі виникають не лише в процесі між-собистісної комунікації, а й у результаті алгоритмічної структурованості інформаційних потоків.

Висновки. Отже, цифрові медіа виступають не лише інструментами поширення інформації, а й активними чинниками формування соціальних сенсів, впливаючи на інформаційну діяльність, комунікативні практики та способи інтерпретації соціальної реальності. Так цифрова епоха трансформувала інформаційну діяльність у соціокультурну практику сенсотворення, в межах якої інформація перестає бути нейтральним ресурсом і набуває значення лише через процеси інтерпретації, відбору та соціальної взаємодії. Цифрові медіа виступають ключовими агентами формування соціальних сенсів, оскільки поєднують комунікативні практики користувачів із алгоритмічно структурованими інформаційними потоками, які визначають видимість, пріоритетність і контекстуалізацію контенту. У результаті інформаційна діяльність відбувається в умовах структурованої видимості, коли сенси не лише продукуються, а й ієрархізуються, що безпосередньо впливає на формування публічних уявлень, колективних ідентичностей, соціальних дискурсів, особистісної ідентичності і под. Тому цифрові медіа варто розглядати не як нейтральні канали комунікації, а як активні інституційні середовища, інтегровані в процеси конструювання соціальної реальності сучасного суспільства та відповідної інформаційної діяльності.

Цікавою є перспектива аналізу динаміки колективних сенсів у межах онлайнспільнот і мережевих рухів, а також вплив персоналізації контенту на політичну, культурну та освітню інформаційну діяльність.

Список використаних джерел

1. Агарков О. Індивідуальність в цифрову епоху: як соціальні мережі впливають на самоідентифікацію та соціальну поведінку. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2023. Вип.1. С. 73–78. DOI: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2023.1.12>.
2. Биркович Т. І., Вільчинська І. Ю. Інформаційно-комунікативна діяльність бібліотек України в умовах війни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 4. С. 42–48. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2023.293970>.

3. Данько-Сліпцова А., Коваленко Н., Жорнокуй У. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки під час кризових ситуацій: соціологічний аспект. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74) 3. Ч. 2. С. 218–226. DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/35>.
4. Денисюк Ж. З., Яковлев О. В. Формування інформаційної культури суспільства в умовах цифровізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 2. С. 18–22.
5. Добровольська В. В., Чередник Л. А. Інноваційна діяльність бібліотек в умовах цифрового суспільства. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 1. С. 5–11. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.1.2023.276758>.
6. Кириченко М. О. Інформаційна свідомість особистості як соціальний феномен. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*. 2017. № 2(10). С. 56–62.
7. Boulianne S., Hoffmann C. P. Digital Inclusion Through Algorithmic Knowledge: Curated Flows of Civic and Political Information on Instagram. *Practices of Digital In- and Exclusion in Everyday Life*. 2024. № 14. P. 1–19. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.8102>.
8. Castells M. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. 597 p.
9. Couldry N. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity Press, 2012. 311 p.
10. Das S. The Digital Duality: Social Media's Impact on Society. Communication, and Language. *Journal of Communication and Management*. 2023. № 2(04). P. 245–253. <https://doi.org/10.58966/JCM2023245>.
11. Dudar V., Liashchenko Y. Effects of social communications on identity development in the online environment: Theoretical and historical perspectives. *Society. Document. Communication*. 2024. DOI:10.69587/sdc/3.2024.45.
12. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006. 368 p.
13. Pérez-Torres V. Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*. 2024. Vol. 43. P. 22170–22180. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>.
14. Spier S. The Politics of Platform Technologies: A Critical Conceptualization of the Platform and Sharing Economy. *Philosophy & Technology*. 2025. № 38. P.1–23. DOI: 10.1007/s13347-025-00840-5.
15. Van Dijck J., Poell T., de Waal M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press, 2018. 238 p.
16. Walter C. E., Friesike S. Behind the screens: how algorithmic imaginaries shape science content on social media. *Journal of Science Communication*. 2025. №24 (2). A02. <https://doi.org/10.22323/2.24020202>.

References

1. Aharkov, O. (2023). Individuality in the digital age: how social networks affect self-identification and social behaviour. *Dnipro Scientific Journal of Public Administration, Psychology, Law*, 1, 73–78. DOI: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2023.1.12> [in Ukrainian].
2. Byrkovych, T., & Vilchynska, I. (2023). Information and communication activities of libraries of Ukraine in wartime. *Library science. Document science. Informology*, 4, 42–48. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2023.293970> [in Ukrainian].
3. Danko-Sliptsova, A., Kovalenko, N., & Zhornokui, U. (2024). The influence of social networks on the formation of public opinion during crisis situations: a sociological aspect. *Scientific notes of the V. I. Vernadskyi TNU. Series: Philology. Journalism*, 35 (74), 3, 218–226. DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/35> [in Ukrainian].
4. Denysiuk, Z., & Yakovlev, O. (2021). Formation of information culture of society in conditions of digitalisation. *Herald of the National Academy of Culture and Arts Management*, 2, 18–22 [in Ukrainian].
5. Dobrovolska, V., & Cherednyk, L. (2023). Innovative activity of libraries in the conditions of a digital society. *Library science. Document science. Informology*, 1, 5–11. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.1.2023.276758> [in Ukrainian].
6. Kyrychenko, M. O. (2017). Information consciousness of the individual as a social phenomenon. *Problems of social work: philosophy, psychology, sociology*, 2(10), 56–62 [in Ukrainian].
7. Boulianne, S., & Hoffmann, C. P. (2024). Digital Inclusion Through Algorithmic Knowledge: Curated Flows of Civic and Political Information on Instagram. *Practices of Digital In- and Exclusion in Everyday Life*, 14, 1–19. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.8102> [in English].
8. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Wiley-Blackwell [in English].
9. Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity Press [in English].
10. Das, S. (2023). The Digital Duality: Social Media's Impact on Society. Communication, and Language. *Journal of Communication and Management*, 2(04), 245–253. <https://doi.org/10.58966/JCM2023245> [in English].
11. Dudar, V., & Liashchenko, Y. (2024). Effects of social communications on identity development in the online environment: Theoretical and historical perspectives. *Society. Document. Communication*. DOI:10.69587/sdc/3.2024.45 [in English].
12. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press [in English].
13. Pérez-Torres, V. (2024). Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*, 43, 22170–22180. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z> [in English].
14. Spier, S. (2025). The Politics of Platform Technologies: A Critical Conceptualization of the Platform and Sharing Economy. *Philosophy & Technology*, P.1–23. DOI: 10.1007/s13347-025-00840-5 [in English].
15. van Dijck, J., Poell, T., de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press [in English].
16. Walter, C. E., & Friesike, S. (2025). Behind the screens: how algorithmic imaginaries shape science content on social media. *Journal of Science Communication*, 24 (2). A02. <https://doi.org/10.22323/2.24020202> [in English].

Стаття надійшла до редакції 08.01.2026
Отримано після доопрацювання 10.02.2026
Прийнято до друку 17.02.2026
Опубліковано 31.03.2026