

Гаврилюк Олег Павлович,*здобувач**Київського національного університету культури і мистецтв**orcid.org/0009-0000-2294-5935**oleg.gavryliuk@ukr.net*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК КУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ І СОЦІАЛІЗАЦІЇ

Наголошено, що завдяки своїм властивостям, соціальні мережі стали дієвим чинником міжкультурної адаптації – люди використовують їх для отримання інформації про країни перебування, встановлення та підтримання стосунків, а також для того, щоб бути в курсі подій в їхніх рідних країнах. Міжкультурну адаптацію представлено як процес розвитку взаєморозуміння через взаємодію з метою підвищення рівня пристосованості до вимог нового культурного середовища. У цьому процесі люди схильні використовувати соціальні мережі для того, щоб краще інтегруватися в приймаючу культуру і підтримувати зв'язок зі своєю батьківщиною. Наголошено, що міжкультурний діалог вкрай важливий у сучасному глобалізованому і змішаному світі, де різні культури стикаються одна з одною щодня, особливо у соціальних мережах, як-от Facebook, YouTube, Twitter, та ін. Соціальні мережі, які, по суті, є веб-сервісами, дають змогу людям створювати публічний або напівпублічний профіль; формувати список користувачів, з якими вони підтримують зв'язок; переглядати й переміщатися списком своїх зв'язків і зв'язків, створених іншими людьми в межах системи. Зазначено, що зрозуміти відмінності між культурами і націями та між особливостями сприйняття «чужої» культури, а також у ставленні до нововведень якими є соціальні мережі, можна за допомогою шести «культурних вимірів» Г. Гофстеде (теорія дає змогу порівнювати культури у міжнародних масштабах) і теорії дифузії інновацій (пояснює сутність поширення ідей і технологій у різних культурах). Наведено загально-визнані чинники впливу на міжкультурну адаптацію (територія; тривалість взаємодії; мета; тип залучення до життя суспільства; частота і глибина контактів; відносна рівність статусу та прав; кількісне співвідношення; чіткі диференціюючі ознаки). У контексті дослідження культурної адаптації та соціалізації згадано про явище «культурного шоку», його характерні ознаки. Підсумовано, що конструктивний підхід до міжкультурної адаптації вимагає ставитися до неї не просто як до природного процесу освоєння нового, у даному разі нового соціокультурного середовища, а усвідомити необхідність поведінки відповідно до норм певної культури. Наведено типи сприйняття нового в культурі (егоцентричні, етнорелятивні). Соціалізацію розглянуто як спосіб входження в суспільство, процес адаптації людини до оточуючого світу, який передбачає оволодіння соціальними нормами, цінностями і правилами тощо, які зумовлюють успішне існування індивіда в соціумі. Роль соціальних мереж у цьому процесі незаперечна – вони є потужним засобом об'єднання різних груп людей незалежно від відстані, крім того, вони забезпечують відмінну платформу для обміну новинами, провадження творчих здібностей та навчання.

Ключові слова: соціальні мережі, медіа, культура, культурна адаптація, соціалізація, міжкультурний діалог.

Havrylyuk Oleh,*PhD student**Kyiv National University of Culture and Arts**orcid.org/0009-0000-2294-5935**oleg.gavryliuk@ukr.net*

SOCIAL NETWORKS AS A FACTOR OF CULTURAL ADAPTATION AND SOCIALIZATION

It is noted that, due to their properties, social networks have become an effective factor in intercultural adaptation – people use them to obtain information about their host countries, establish and maintain relationships, and also to keep abreast of events in their home countries. Intercultural adaptation is presented as a process of developing mutual understanding through interaction in order to increase the level of adaptability to the requirements of the new cultural

environment. In this process, people tend to use social media to better integrate into the host culture and maintain connections with their homeland. It is noted that intercultural dialogue is extremely important in today's globalized and mixed world, where different cultures encounter each other every day, especially on social networks such as Facebook, YouTube, Twitter, etc. Social networks, which are essentially web services, allow people to create a public or semi-public profile; create a list of users with whom they maintain contact; review and navigate through the list of your connections and connections created by other people within the system. It is noted that it is possible to understand the differences between cultures and nations and between the characteristics of the perception of "alien" culture, as well as in relation to innovations such as social networks, using G. Hofstede's six "cultural dimensions" (the theory allows one to compare cultures on an international scale) and the theory of diffusion of innovations (explains the essence of the spread of ideas and technologies in different cultures). Generally recognized factors influencing intercultural adaptation are given (territory; duration of interaction; purpose; type of involvement in the life of society; frequency and depth of contacts; relative equality of status and rights; quantitative ratio; clear differentiating signs). In the context of the study of cultural adaptation and socialization, the phenomenon of "culture shock" and its characteristic features are mentioned. It is summarized that a constructive approach to intercultural adaptation requires treating it not just as a natural process of mastering a new, in this case, a new sociocultural environment, but recognizing the need to behave in accordance with the norms of a particular culture. The types of perception of the new in culture are given (egocentric, ethnocentric). Socialization is considered as a way of entering society, the process of a person's adaptation to the world around him, which involves mastering social norms, values and rules, etc., which determine the successful existence of an individual in society. The role of social networks in this process is undeniable – they are a powerful means of connecting different groups of people regardless of distance, in addition, they provide an excellent platform for sharing news, expressing creativity and learning.

Key words: social networks, media, culture, cultural adaptation, socialization, intercultural dialogue.

Вступ. Соціальні мережі стають дедалі популярнішими компонентами повсякденного життя в сучасному глобалізованому суспільстві, забезпечуючи середовище й атмосферу, в яких люди в усьому світі можуть спілкуватися, обмінюватися повідомленнями, ділитися знаннями та взаємодіяти один з одним та з інформацією з інтернету незалежно від відстані, різних відмінностей та географічних кордонів. Об'єднуючи людей у просторі та часі, соціальні мережі дають змогу знаходити спільноти однодумців і брати участь у принципово новому форматі суспільного життя. Спілкування, що відбувається в цих онлайн-контекстах, сприяє публічним інтерактивним діалогам, які допомагають зрозуміти різні точки зору. Вочевидь, «нові соціальні медіа означають, що кожен є видавцем і кожен – критиком» (*Georgetown University, 2010*). У той час, як у різних культурах світу цінуються своєрідні традиції, вірування і норми, що роблять їх унікальними, соціальні мережі не просто пов'язують людей по всьому світу, а сприяють взаємопов'язаності та взаємозалежності культурно різноманітного світу, обумовлюючи спосіб об'єднання людей завдяки знанням, поведженню та відносинам, відчуттю приналежності до більшої соціальної мережі, відмінної від власної місцевої спільноти.

Завдяки своїм властивостям, соціальні мережі стали дієвим чинником міжкультурної адаптації – люди використовують їх для

отримання інформації про країни перебування, встановлення та підтримання стосунків, а також для того, щоб бути в курсі подій в їхніх рідних країнах. Міжкультурна адаптація – це процес розвитку взаєморозуміння через взаємодію з метою підвищення рівня пристосованості до вимог нового культурного середовища. У цьому процесі люди схильні використовувати соціальні мережі для того, щоб краще інтегруватися в приймаючу культуру і підтримувати зв'язок зі своєю батьківщиною.

Аналіз досліджень і публікацій. Серед усієї сукупності праць, присвячених різноманітним питанням функціонування соціальних мереж варто виокремити дослідження, зорієнтовані на проблеми класифікації соцмереж (А. Турчин, 2016, та ін.), з'ясування сутності аксіологічного статусу соціальних мереж як соціокультурної проблеми (Ю. Калиновський, 2021, та ін.), формування культурних трендів через інтернет-спільноти (Х. Кац, 2016, та ін.), педагогічного та культуротворчого потенціалу (С. Русаков, 2014), особливостей і тенденцій розвитку міжкультурної комунікації в контексті специфіки простору соціальних мереж на сучасному етапі (І. Конюкова, 2022, та ін.) та ін. Питань міжкультурної адаптації і адаптації до нового культурного середовища торкається у своїй праці І. Біленька (2011). Стрес акультурації, культурний шок та психічне здоров'я особистості в умовах добровільної або вимушеної

міграції є об'єктом вивчення у статті Л. Смовакої (2019). Утім, у зв'язку з тим, що соціальні мережі з'явилися зовсім недавно, а швидкість розвитку сервісів величезна, у дослідженнях існують великі прогалини.

Мета статті – розкрити сутність соціальних мереж як чинника культурної адаптації і соціалізації.

Результати дослідження. Міжкультурний діалог вкрай важливий у сучасному глобалізованому і змішаному світі, де різні культури стикаються одна з одною щодня, особливо у соціальних мережах, як-от Facebook, YouTube, Twitter, та ін. В якості ілюстрації значення соціальних мереж у міжкультурній адаптації варто навести висловлювання М. Цукерберга: «якби Facebook був країною, він був би 8-м за кількістю населення у світі, випереджаючи лише Японію» (*Top 50 Mark Zuckerberg Quotes [without a year]*). У Facebook, середовищі для обміну повідомленнями, доступно 111 мов, у тому числі й українська, кількість щоденних активних користувачів, переважна більшість яких перебуває за межами США, де було винайдено цю соціальну мережу, ледь не досягає трьох мільярдів (Статистика та тенденції соціальних мереж у 2023 році, 2023). Аудиторія YouTube, головне призначення якого полягає в обміні створеними користувачами відеоматеріалами, становить 2,5 мільярди активних користувачів. За цим показником YouTube займає другу позицію у рейтингу найбільш популярних соціальних мереж світу (*Статистика та тенденції соціальних мереж у 2023 році*, 2023). Оскільки відеоматеріалами обмінюються люди з різних країн, традиційні стереотипи про групи людей починають змінюватися – у людей з'являється можливість коментувати відео, яке може, наприклад, суперечити суспільним нормам і стереотипам, брати участь у дискусіях і конференціях тощо.

У свою чергу Twitter дає змогу передавати інформацію за допомогою мікроблогів – багато людей стежать за друзями, знаменитостями і музикантами на цьому сайті, що дає їм змогу відчувати зв'язок і розвивати власне розуміння дій та почуттів інших людей. Twitter, маючи 1,3 мільярди акаунтів і трохи більше 368 мільйонів активних користувачів (*55+ статистик, фактів і тенденцій Twitter за 2023 рік*, 2023), тим не менш також вплинув на міжкультурний діалог, оскільки багато людей у всьому

світі зосереджені на індивідуальному житті інших людей і прагнуть бути в курсі подій. Twitter уможливив скорочення дистанційних зв'язків і таким чином надав можливість дізнатися чим займається людина, не спілкуючись із нею віч-на-віч. Instagram – соціальна мережа для обміну фотографіями та відео, спілкування з друзями, просування бізнесу. Щомісячний коефіцієнт залучення в Instagram становить понад 2 мільярди людей. Користувачі цієї мережі не просто публікують свій контент, а все більше взаємодіють зі своєю аудиторією через опитування, трансляції наживо та інші функції. «Instagram – це маніфестація певного способу життя. Здатність насолоджуватися кожним моментом, жити насиченим життям, жити так, щоби це виглядало красиво. Ми, покоління, десятиріччями бомбардоване недоступними образами реклами, гламуру та глянцю, завдяки демократичній камері смартфона, спрощеним технікам постобробки та спеціальним фільтрам, нарешті маємо змогу переміститись у ці сталі прекрасні картини *dolce vita*» (Набієва, 2017).

Динаміка зростання популярності соціальних мереж вражає – це щорічний приріст аудиторії, що обраховується мільйонами і сотнями мільйонів активних користувачів. Тож соціальні мережі, швидко поширюючись по всьому світу, завойовують дедалі більше визнання. Соціальні мережі, які, по суті, є веб-сервісами, дають змогу людям створювати публічний або напівпублічний профіль; формувати список користувачів, з якими вони підтримують зв'язок; переглядати й переміщатися списком своїх зв'язків і зв'язків, створених іншими людьми в межах системи. Володіючи такими можливостями, соціальні мережі є важливим засобом зв'язку з різноманітністю людей, місць, ідей і культур, а також потужним інструментом міжкультурної адаптації, яка виражається в почутті задоволеності і повноти життя і водночас проявляється в участі індивіда в соціальному і культурному житті нової групи (Смокова, 2019). Це процес, «завдяки якому людина досягає відповідності (сумісності) з новим культурним середовищем» (Смокова, 2019). Як слушно зазначають дослідники, адаптацію людини до культури спільноти чи країни доцільно розглядати як природний процес навчання новому, в ході якого змінюється система цінностей, ідентичність особистості, набуваються нові соціальні навички,

змінюються уявлення про норми поведінки, відбувається емоційне пристосування до «чужої» культури (Біленька, 2011).

Теза про «відмінності в тому, як люди, які відносять себе до різних культур, як за національною ознакою, так і за статевою, керують своєю комунікативною поведінкою» (Rosen & Stefanone & Lackaff, 2010) в соціальних мережах сприймається сьогодні як доконаний факт. Зрозуміти ці відмінності можна за допомогою шести «культурних вимірів», запропонованих нідерландським соціологом Г. Гофстеде (Hofstede, 2014), і теорії дифузії інновацій. Цінність теорії культурних вимірів Г. Гофстеде полягає в тому, що вона дає змогу порівнювати культури у міжнародних масштабах, а теорія дифузії інновацій пояснює сутність поширення ідей і технологій у різних культурах. Отже, до культурних вимірів Г. Гофстеде відносить дистанцію влади, індивідуалізм/колективізм, маскулінізм/фемінінізм, уникнення невизначеності, довгострокову/короткострокову орієнтацію на майбутнє та поблажливість до самообмежень. Дистанція влади – це ступінь, до якого менш впливові члени організацій та інститутів приймають й очікують, що влада розподіляється нерівномірно. Індивідуалізм і колективізм належать до міри інтеграції індивідів у групи. Маскулінізм і фемінінізм описують розподіл ролей між статями, наприклад, наполегливість і суперництво порівняно з турботою і вихованням. Уникнення невизначеності стосується толерантності суспільства до невизначеності та двозначності, а довгострокова і короткострокова орієнтація ілюструє спрямованість і цінності культури. Поблажливість до самообмежень стосується міри свободи, яку суспільні норми надають громадянам щодо реалізації їхніх бажань (Пришляк, 2019). Зокрема, стосовно соціальних мереж відмінності між індивідуалістичною і колективістською культурами проявляються в стилях спілкування і поведінки користувачів. Наприклад, представники індивідуалістичних культур прагнуть познайомитися з новими людьми, а не підтримувати вже наявні стосунки. Натомість представники колективістських культур використовують сайти соціальних мереж для підтримання близьких стосунків із невеликою кількістю своїх знайомих, а не для налагодження нових контактів.

Теорія дифузії інновацій пояснює, як відбувається поширення досягнень і нових ідей

у соціальній системі, у даному разі поширення соціальних мереж. Найбільш прийнятною щодо визначення дифузії інновації є точка зору американського теоретика у сфері комунікацій Е. Роджерса, який позиціонує її як «... процес, під час якого інновація з плином часу через певні канали поширюється серед членів соціальної системи» (Роджерс, 2009, с. 216). Дифузія інновацій «може розглядатися як особливий тип комунікації та комунікаційний процес», «це завжди соціальний процес, що охоплює відповідні відносини, та інформаційний процес, параметри якого залежать від каналів, сприйняття суб'єктів, характеру відносин учасників» (Середюк, 2019, с. 23). Оскільки створення соціальних мереж забезпечується інформаційно-комунікаційними технологіями і значною мірою залежить від постійної участі користувачів, теорія дифузії інновацій пояснює різний вплив соцмереж на окремі культури.

У контексті вищевикладеного варто також згадати про загально визнані чинники впливу на міжкультурну адаптацію: територія, що може бути спільною чи «своєю» для однієї з груп; тривалість взаємодії (постійна, довготривала чи короткочасна); мета (спільна діяльність, проживання, навчання, дозвілля); тип залучення до життя суспільства (від участі до спостереження); частота і глибина контактів; відносна рівність статусу та прав; кількісне співвідношення (більшість – меншість); чіткі диференціюючі ознаки (мова, релігія, раса) (Савицька, Співак, 2019, с. 145). Складність досягнення цих умов міжкультурної адаптації чітко вказує на можливість того, що входження в нове культурне середовище може бути пов'язане з явищем характерні ознаки симптомами якого, на переконання автора відповідної концепції канадського антрополога К. Оберга, може виявитися невпевненість у собі, тривожність, дратівливість, безсоння, депресія – всі ті характеристики, неодноразово констатовані численними дослідниками поведінки користувачів мережі Інтернет. До характерних ознак культурного шоку К. Оберг відносить: нервову напруженість через необхідність психологічної адаптації; зміна статусу, відчуття втрати через відсутність рідних і близьких людей і звичних предметів побуту; небажання спілкуватися з новою культурною групою; плутанина в попередніх і нових соціальних ролях і цінностях,

зміна ідентичності; відчуття подиву, стурбованості, а іноді навіть відрази або обурення від спостереження культурних розбіжностей; відчуття свого безсилля через соціальну неадекватність і нове культурне середовище (Oberg, 1960, р. 180). «Власне кажучи, культурний шок – це конфлікт двох культур на рівні індивідуальної свідомості» (Біленька, 2011). Тож конструктивний підхід до міжкультурної адаптації вимагає ставитися до неї не просто як до природного процесу освоєння нового, у даному разі нового соціокультурного середовища, а усвідомити необхідність поведінки відповідно до норм певної культури. Серед навичок і якостей, необхідних для функціонування в новій культурі – «певний рівень самосвідомості особистості, усвідомлення своїх культурних коренів, загальне знання нової для реципієнта культури, вміння пояснити поведінку іншої людини, її цілі і наміри, здатність оволодіти прийнятими в суспільстві формами поведінки використовувати життєвий досвід для вирішення нових завдань» (Біленька, 2011).

Дослідники виокремлюють типи сприйняття нового в культурі: егоцентричні (заперечення різниці між культурами, захист власної культурної ідентичності) та етнорелятивні (прийняття існування культурних відмінностей, адаптація до нової культури, інтеграція в нову культуру) (Біленька, 2011). В залежності від цілей людини, яка адаптується до нової культури і можливості успішного до неї пристосування, стадіями адаптації є: 1) психічна переорієнтація на рівні цілеспрямованого конформізму (індивід не сприймає систему цінностей нового культурного середовища); 2) взаємна терпимість (індивід і нова культура проявляють взаємну терпимість до цінностей і форм поведінки); 3) акомодация (означає взаємні поступки); 4) повне пристосування, або асиміляція (індивід повністю відмовляється від своїх попередніх цінностей і приймає систему цінностей нового середовища) (Біленька, 2011).

Із культурною адаптацією тісно пов'язана й соціалізація – спосіб входження в суспільство, процес адаптації людини до оточуючого світу, який передбачає оволодіння соціальними нормами, цінностями і правилами тощо, які зумовлюють успішне існування індивіда в соціумі. Роль соціальних мереж у цьому процесі незаперечна – вони є потужним засобом

об'єднання різних груп людей незалежно від відстані, крім того, вони забезпечують відмінну платформу для обміну новинами, прояву творчих здібностей та навчання. Водночас, прийнято вважати, що соціальні мережі є причиною зменшення безпосереднього спілкування і навіть деградації соціальних інститутів. Утім, варто взяти до уваги відсутність чіткого, а головне однозначного, уявлення стосовно позитивного і негативного впливу соціальних мереж на різні верстви і вікові групи людей, незначні зусилля з боку суспільства з контролю за технологічним розвитком, суттєвий розрив між теорією та практикою поведінки людей тощо. Як наслідок – у соціумі побутує думка про те, що нові технологічні розробки створюють напруженість, натомість очевидним є те, що мета використання соціальних мереж залежить від способу мислення людини. У соціальних мережах кожна людина може просувати такі соціальні цінності, як співпраця, братерство, толерантність, почуття приналежності тощо. Соціальні мережі є також ефективною платформою для отримання нового досвіду, вони формують та поглиблюють відчуття спільності, розширюють особисті можливості тощо.

Висновок. Соціальні мережі забезпечують людям міжособистісний зв'язок з іншими, задоволення від відносин і спосіб дізнатися про оточуюче культурне середовище. При цьому під час культурної адаптації соціальні мережі впливають на те, як люди сприймають «чужу» культуру. Цей зв'язок підтверджується частотою взаємодії інтернет-користувачів з представниками «чужої» культури та ідентифікацією себе з цією культурою, використанням «чужих» медіа, ознайомленням з «чужими» мовою і культурними нормами, причетністю до політичної системи іншої країни, а також мотивація до адаптації чи акультурації. Загалом збільшення використання соціальних мереж, особливо серед осіб з однієї соціальної групи, швидше за все, призведе до зменшення кроків до акультурації. Водночас соціальні мережі можуть стати й чинником збереження групової ідентичності за рахунок підтримання зв'язків з «рідною» культурою, зміцнення суспільних зв'язків. Тож використання сайтів соціальних мереж впливає на збереження ідентичності членів етнічної групи, що підтверджується частотою онлайн-взаємодій представників різних

культур в таких сферах, як вибір мови під час використання соціальних мереж, вибір онлайн-груп і вибір соціальних мереж.

Зважаючи на значення соціальних мереж у сучасному світі і в міру того, як такі вебсайти набувають популярності, не можна ігнорувати їхню роль у процесі культурної адаптації. Дослідникам належить вивчити, як частота використання іммігрантами соціальних мереж, таких, як Facebook, Myspace, Twitter та ін., впливає на процеси адаптації іммігрантів різними способами, включаючи частоту взаємодії з домінуючою

культурою, використання ними домінуючих та етнічних засобів масової інформації та інших медіа, сприйняття домінуючої культури, ознайомлення з домінуючою мовою або культурними нормами, ідентифікація з домінуючою або етнічною культурою, участь у домінуючій політичній системі та мотивація до акультурації. Що стосується життєздатності групи, емпіричні дослідження могли б з'ясувати, як онлайн-взаємодія, вибір мови в інтернеті та вибір соціальних мереж впливають на рівень акультурації та бажання акультуруватися.

Список використаних джерел:

1. Біленька І. Г. (2011). "Культурний шок" і адаптація до нової культури. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Теорія культури і філософія науки*. 940, вип. 41. С. 12–16. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKkhITK_2011_940_41_5 (дата звернення: 05.12.2022).
2. Калиновський, Ю. (2021). Аксіологічний статус соціальних мереж як соціокультурна проблема. *Ціннісні орієнтири в сучасному світі: теоретичний аналіз та практичний досвід: збірник тез III Міжнародної науково-практичної конференції* (13–14 травня 2021 р., м. Тернопіль). Тернопіль: Вектор, 2021. С. 14–18.
3. Кац, Х. (2016). Формування культурних трендів через інтернет-спільноти. URL : <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/formuvannya-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> (дата звернення: 10.07.2023)
4. Конюкова І. Я., Сидоровська Є. А. (2022). Тенденції розвитку міжкультурної комунікації в соціальних мережах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. № 4. С. 21–25.
5. Набієва О. (2017). Instagram: комунікація, щоденник і спільнота. URL : <http://korydor.in.ua/ua/opinions/instagram-komunikatsiya-shhodennik-i-spil-nota.html>. (дата звернення: 10.02.2023).
6. Пришляк О. Ю. (2019). Аналіз теорії культурних вимірів Г. Хофстеде. URL : <https://cutt.ly/JwzxCA79> (дата звернення: 10.02.2023).
7. 55+ статистики, фактів і тенденцій Twitter за 2023 рік. 2023. URL : <https://cutt.ly/2wzufffg> (дата звернення: 10.12.2022)
8. Роджерс Е. М. Дифузія інновацій. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 591 с.
9. Русаков С.С. (2014). Потенціал соціальних мереж в сучасному навчально-виховному процесі. Гуманітарний корпус: [збірник наукових статей з актуальних проблем філософії, психології, педагогіки та історії], випуск 2, К. НПУ імені М.П. Драгоманова, С. 101–102.
10. Савицька О. В., Співак Л. М. Етнопсихологія : навч. посібн. Київ : Каравела, 2019. 264 с.
11. Середюк Т. Б. (2019). Теоретичні основи дослідження та особливості дифузії інновацій у секторі ІКТ. Економічний простір. Вип. 148. С. 19–36.
12. Смокова Л. С. (2019). Стрес акультурації, культурний шок та психічне здоров'я особистості в умовах добровільної або вимушеної міграції. URL : <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/24965/1/64-70.pdf>. (дата звернення: 12.12.2022)
13. Статистика та тенденції соціальних мереж у 2023 році. (2023). URL : <https://cutt.ly/FwzxBu2R>. (дата звернення: 12.12.2022)
14. Турчин А. В. (2016). Класифікація соціальних мереж. *Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 23–25 листоп. 2016 р., м. Кропивницький. Кропивницький, 2016. С. 206.
15. Georgetown University. (2010). Bridging Babel: New social media and interreligious and intercultural understanding. Retrieved 4 November 2010. URL : <http://repository.berkeleycenter.georgetown.edu/UGFNewSocialMedia.pdf>. (date of application: 10.12.2022)
16. Hofstede G. (2014). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Readings in Psychology and Culture*. Vol. 2, № 1. DOI: 10.9707/2307-0919.1014.
17. Oberg K. (1960). Cultural Shock: Adjustment to new cultural environments. *Practical Anthropology*. № 7. Pp. 177–182.
18. Rosen D., Stefanone M. A., Lackaff D. (2010). Online and offline social networks: Investigating culturally-specific behavior and satisfaction. In *Proceedings of the 43rd Hawai'i International Conference on System Sciences*. New Brunswick: Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc. (IEEE). URL : <https://www.academia.edu/325640/>

19. Top 50 Mark Zuckerberg Quotes. [without a year]. URL : <https://quotefancy.com/quote/1482263/Mark-Zuckerberg-If-Facebook-were-a-country-it-would-be-the-8th-most-populated-in-the>. (date of application: 10.01.2023)

References:

1. Biliienka I. H. (2011). "Kulturnyi shok" i adaptatsiya do novoyi kul'tury. ["Culture shock" and adaptation to a new culture]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya: Teoriya kul'tury i filozofiya nauky*, 940, vyp. 41, S. 12–16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhITK_2011_940_41_5 (data zvernennia: 05.12.2022) [in Ukrainian].
2. Kalynovskyi, Yu. (2021). Aksiolohichniy status sotsial'nykh merezh yak sotsiokul'turna problema [Axiological status of social networks as a sociocultural problem]. *Tsinnisni oriyentyry v suchasnomu sviti: teoretychnyy analiz ta praktychnyy dosvid: zbirnyk tez III Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi* (13–14 travnia 2021 r., m. Ternopil'). Ternopil': Vektor, 2021. S. 14–18 [in Ukrainian].
3. Katz, H. (2017). *Formuvannia kulturnykh trendiv cherez internet-spilnoty* [Formation of cultural trends through Internet communities]. URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/formuvannia-kulturnykh-trendiv-cherez-internet-spilnoty.html> [in Ukrainian].
4. Konyukova, I. Ya., Sidorovska, E. A. (2022). *Tendentsii rozvytku mizhkulturnoi komunikatsii v sotsialnykh merezhakh* [Development trends of intercultural communication in social networks]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*. № 4. Pp. 21–25 [in Ukrainian].
5. Nabieva, O. (2017). *Instagram: komunikatsiia, shchodennyk i spilnota* [Instagram: communication, diary and community]. URL: <http://korydor.in.ua/ua/opinions/instagram-komunikatsiya-shhodennik-i-spil-nota.htm> [in Ukrainian].
6. Pryshlyak, O. Yu. (2019). *Analiz teorii kulturnykh vymiriv H. Hofstede* [Analysis of the theory of cultural dimensions by H. Hofstede]. URL: <https://cutt.ly/JwzxCA79> [in Ukrainian].
7. *55+ statystyky, faktiv i tendentsii Twitter za 2023 rik* [55+ Twitter Stats, Facts and Trends for 2023]. (2023). URL: <https://cutt.ly/2wzffuffg> [in Ukrainian].
8. Rogers, E. M. (2009). *Dyfuziia innovatsii* [Diffusion of innovations]. Kyiv: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiiia» [in Ukrainian].
9. Rusakov, S.S. (2014). Potentsial sotsialnykh merezh v suchasnomu navchalno-vykhovnomu protsesi [The potential of social networks in the modern educational process]. *Humanitarnyy korpus: [zbirnyk naukovykh statey z aktualnykh problem filozofii, psykhologii, pedahohiky ta istorii] – Humanitarian corpus: [collection of scientific articles on current problems of philosophy, psychology, pedagogy and history]*, 2, Kyiv: NPU imeni M.P. Drahomanova, 101–102 [in Ukrainian].
10. Savytska, O. V., Spivak, L. M. (2019). *Etnopsykhohiia* [Ethnopsychology]: Tutorial. Kyiv : Caravela [in Ukrainian].
11. Seredyuk, T. B. (2019). *Teoretychni osnovy doslidzhennia ta osoblyvosti dyfuzii innovatsii u sektori IKT* [Theoretical foundations of research and features of diffusion of innovations in the ICT sector]. *Ekonomichnyi prostir*. Issue 148. Pp. 19–36 [in Ukrainian].
12. Smokova, L. C. (2019). *Stres akulturatsii, kulturnyi shok ta psykhichne zdorovia osobystosti v umovakh dobrovilnoi abo vymushenoj mihratsii* [Stress of acculturation, culture shock and mental health of the individual in conditions of voluntary or forced migration]. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/24965/1/64-70.pdf> [in Ukrainian].
13. *Statystyka ta tendentsii sotsialnykh merezh u 2023 rotsi* [Statistics and trends of social networks in 2023]. (2023). URL: <https://cutt.ly/FwzxBu2R> [in Ukrainian].
14. Turchyn, A. V. (2016). *Klasyfikatsiia sotsialnykh merezh* [Classification of social networks]. *Actual problems and achievements in the field of cyber security: materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference, November 23–25 2016, Kropyvnytskyi*. Kropyvnytskyi. p. 206 [in Ukrainian].
15. Georgetown University. (2010). *Bridging Babel: New social media and interreligious and intercultural understanding*. Retrieved 4 November 2010. URL : <http://repository.berkeleycenter.georgetown.edu/UGFNewSocialMedia.pdf>
16. Hofstede, G. (2014). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Readings in Psychology and Culture*. Vol. 2, № 1. DOI: 10.9707/2307-0919.1014.
17. Oberg, K. (1960). Cultural Shock: Adjustment to new cultural environments. *Practical Anthropology*. № 7. Pp. 177–182.
18. Rosen, D., Stefanone, M. A., Lackaff, D. (2010). Online and offline social networks: Investigating culturally-specific behavior and satisfaction. In *Proceedings of the 43rd Hawai'i International Conference on System Sciences*. New Brunswick: Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc. (IEEE). URL : https://www.academia.edu/325640/Online_and_Offline_Social_Networks_Investigating_Culturally_Specific_Behavior_and_Satisfaction
19. Top 50 Mark Zuckerberg Quotes. [without a year]. URL : <https://quotefancy.com/quote/1482263/Mark-Zuckerberg-If-Facebook-were-a-country-it-would-be-the-8th-most-populated-in-the>