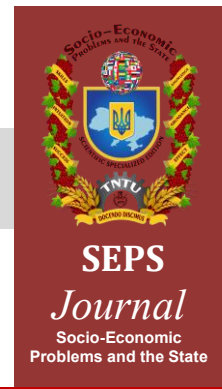




ISSN 2223-3822

Horishna O. & Potikha O. (2026) Humanistic dimension of ethical narrative in the information field of social communications. Socio-Economic Problems and the State (electronic journal), Vol. 34, no. 1, pp. 111-119. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2026/26homosc.pdf>



## ГУМАНІСТИЧНИЙ ВИМІР ЕТИЧНОГО НАРАТИВУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПОЛІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

**Оксана ГОРИШНА**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001, Україна

e-mail: [gorishna83@gmail.com](mailto:gorishna83@gmail.com)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3127-1316>

**Оксана ПОТІХА**

e-mail: [potiha\\_o@tntu.edu.ua](mailto:potiha_o@tntu.edu.ua)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6302-9394>



### Article history:

Received: 06.04.2026

1st Revision: 06.05.2026

Accepted: 15.05.2026

### JEL classification:

D83

O33

Z13

### UDC:

316.77:004.8.17

### DOI:

<https://doi.org/10.33108/sepd.2026.01.111>

**Анотація.** У статті досліджено етичний наратив розвитку інформаційного поля соціальних комунікацій на засадах гуманістичного підходу в умовах цифрової трансформації суспільства. Обґрунтовано актуальність формування нових гуманістичних підходів розвитку комунікативного середовища, що зумовлена кризою довіри до інформаційного контенту, алгоритмічною дегуманізацією інформаційного поля та посиленням маніпулятивних тактик у медіапросторі. Визначено сутність етичного наративу як динамічної системи переконань і цінностей, що спрямована на утвердження суб'єктності людини, забезпечення прозорості інформаційної політики та відповідальності за поширення контенту. Особливу увагу приділено гуманістичному виміру реалізації соціальних комунікацій, у контексті якого визначено ключові компоненти етичного наративу: утвердження суб'єктності людини, відповідальне використання інструментів штучного інтелекту, інформаційну екологію та медіа гігієну. Розкрито роль інформаційної екології як механізму формування свідомого споживання цифрового контенту та виокремлено її індивідуальний, суспільний і національний рівень. Обґрунтовано значення медіа гігієни як інструменту протидії інформаційному перевантаженню, дезінформації та маніпулятивним впливам у цифровому середовищі соціальних комунікацій. На основі запропонованого компаративного аналізу технологічного та гуманістичного підходів до розвитку інформаційного поля визначено вектор переходу від об'єктивації людини до її суб'єктності як активного творця власних смислів. Доведено, що впровадження етичного наративу сприятиме формуванню відповідального та інклюзивного інформаційного середовища, зміцненню довіри між учасниками комунікативної взаємодії та підтримці інформаційної безпеки у суспільстві. Перспективи подальших досліджень можуть передбачати розробку практичних механізмів для підтримки етичних стандартів у діяльності державних інституцій, закладів вищої освіти для посилення інформаційної безпеки у суспільстві.

**Ключові слова:** етичний наратив, соціальні комунікації, гуманістичний підхід, інформаційне поле, суб'єктність людини, інформаційна екологія, медіа гігієна, інформаційна безпека, людиноцентричність.



Горішна О., Потіха О. Гуманістичний вимір етичного наративу в інформаційному полі соціальних комунікацій. Соціально-економічні проблеми і держава. 2026. Вип. 1 (34). С. 111-119. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2026/26homosc.pdf>



This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

## 1. Постановка проблеми.

Сучасне інформаційне поле соціальних комунікацій функціонує у динамічній прогресії змін та трансформацій, перетворюючись із простого каналу обміну даними на складну екосистему взаємодії, яка визначає ціннісні орієнтири, формує світосприйняття та впливає на індивідуальні й колективні практики мислення, моделі поведінки та управлінські рішення. Проте стрімка глобалізація, щоденне керування увагою суспільства інструментами штучного інтелекту та комерціалізація контенту призвели до очевидної підміни значень і смислів. В умовах надшвидкої передачі інформації гуманістичний вимір комунікацій часто поступається маніпуляціям, дезінформації та цифровій дегуманізації суспільства. Постає важливе питання: як зберегти людину суб'єктом, а не об'єктом інформаційного впливу? Відповідь полягає у формуванні нового етичного нарративу, заснованого на сучасних гуманістичних принципах, які поглиблюють людиноцентричність гібридної взаємодії. Актуальність дослідження визначається необхідністю запобігання ключових загроз в інформаційному середовищі суспільства: кризи довіри між комунікатором і його аудиторією, дегуманізація через алгоритми соціальних мереж, втрати контролю над змістом повідомлень. У цьому контексті особливого значення набувають принципи інформаційної гігієни та безпеки, які допомагають людині свідомо відфільтрувати інформаційний потік, підтримувати критичне мислення та формувати власний контент смислів та значень, щоб протистояти цифровим маніпуляціям у суспільстві.

## 2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Сучасні наукові дослідження у сфері соціальних комунікацій дедалі частіше акцентують увагу на гуманістичному переосмисленні етичних засад функціонування інформаційного поля, особливо в умовах цифрової трансформації суспільства. Філософсько-антропологічний вимір розвитку суспільства розкривається у працях В. Воронкової та В. Нікітенко, де загострюється проблема людиноцентризму в площині алгоритмів та інформаційних потоків [1]. Окреслюючи вектори подальшого розвитку медіапростору, С. Квіт [2], Л. Юрченко та М. Харламов [5] розглядають саме людину як суб'єкта комунікації та творцем власних сенсів у документних масивах інформації. У контексті українських реалій та гібридної війни О. Панченко розкриває сутність інформаційної безпеки суспільства [4]. Н. Киселюк і Т. Бондар актуалізують питання екології вітчизняного медіапростору та звертають увагу на інструменти фільтрації інформаційного шуму [3]. Етичні аспекти соціальних комунікацій розкриваються у працях В. Різуна, в яких криза довіри до інформаційної політики держави постає як виклик для подальшого гармонійного розвитку суспільства [8].

Проблематика етичного осмислення інформаційного поля у зарубіжному контексті набуває міждисциплінарного характеру. Відтак класик сучасної цифрової етики Л. Флоріді [7] окреслює фундаментальні принципи використання асистентів штучного інтелекту, тоді як С. Рассел [9] акцентує увагу на контролі за людиноцентричною спрямованістю алгоритмічних систем та проводить аналогію між теорією соціальних комунікацій та комп'ютерними науками. Однак С. Зубофф зауважує, що в умовах великих інформаційних потоків людина дедалі частіше розглядається як об'єкт видобутку даних з метою отримання економічного ефекту [10]. Водночас Н. Коулдрі та У. Майєс трактують цей процес як форму дата-колоніалізму, за якою досвід окремих людей стає власністю інформаційних корпорацій [6]. Відтак сучасний науковий дискурс засвідчує зростаючу потребу у формуванні гуманістично орієнтованих підходів до розвитку інформаційного поля соціальних комунікацій.

### 3. Постановка завдання.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та концептуалізація етичного нарративу розвитку інформаційного поля соціальних комунікацій та визначення його ключових компонентів на засадах гуманістичного підходу в умовах цифровізації суспільства.

### 4. Виклад основного матеріалу.

Розпочинаючи виклад основного матеріалу, необхідно детермінувати базову категорію дослідження. Загальновідомо, що нарратив – це одна з форм донесення певних ідей, цінностей, смислів до широкої аудиторії через розповіді, оповіді або повідомлення. У науковому дискурсі це поняття можна розглядати як полісемантичну метакатегорію, що об'єднує літературні, психологічні та політичні компоненти в єдину систему смислів, а його фундаментальною характеристикою є здатність до гармонійної інтеграції у будь-яку сферу соціального життя людини без втрати змістової цілісності. У соціальних комунікаціях змістове наповнення даної дефініції виходить за межі простих текстових повідомлень і трансформується у цілісну смислову конструкцію та визначає етичні вектори взаємодії в інформаційній сфері. Відтак етичний нарратив розглядаємо як динамічну систему переконань, що закріплює повагу до гідності людини, пріоритетність першоджерел, прозорість інформаційної політики та відповідальність за поширений контент у медіапросторі. Не будучи статистичним об'єктом чи цифровим ресурсом для алгоритмічної обробки, особистість людини постає автономним суб'єктом смислотворення із власним інтелектуальним потенціалом. З даної точки зору етичний нарратив посилює значення гуманістичного підходу у соціальних комунікаціях, який визначає особистість людини фундаментальною цінністю інформаційної взаємодії. Людиноцентричний вимір трансформує комунікаційну діяльність, акцентуючи увагу на толерантності, соціальній відповідальності та медіагігієні. Такий підхід орієнтує інформаційні процеси на повагу до особистості, прозорість та достовірність першоджерел, підтримку конструктивного діалогу між усіма учасниками комунікацій. Гуманістичний підхід зміщує акценти із технологічних можливостей на потреби суспільства, що особливо важливо в умовах швидкої цифровізації соціальних сфер життя громад. У даному контексті інформаційне поле постає як простір відповідальної і гуманної взаємодії, де пріоритетами стають принципи довіри, рівності, відкритості, верховенства права, емпатії, інформаційної безпеки та етичності комунікативної взаємодії.

У площині гуманістичного підходу доцільно виокремити ключові аспекти етичного нарративу, які визначають вектори розвитку соціальних комунікацій гібридної взаємодії (рис.1).

Фундаментальним завданням сучасної інформаційної політики є *утвердження суб'єктності людини* як активного користувача-учасника, а не об'єкта для алгоритмічних і соціальних маніпуляцій. Людина поступово втрачає право на інформаційну автономію і, як зазначає С. Зубофф, перетворюється на джерело статистичного аналізу [10]. У даному контексті варто звернутися до теорії дата-колоніалізму (Н. Коулдрі), у якій сучасний інформаційний простір розглядається як середовище монетизації даних, а кожна дія користувача відштовхує його від власних інформаційних вподобань та перетворюється на зовнішні інструменти контент контролю [6]. Натомість С. Квіт наголошує, що у сучасному середовищі соціальні комунікації мають зосереджуватися на самосвідомості суб'єкта у комунікаційній взаємодії, щоб ефективно протистояти деструктивним впливам інформаційного контенту [2].



**Рис. 1. Структурні компоненти етичного нарративу інформаційного поля соціальних комунікацій**

*Джерело: сформовано авторами*

Гуманістичний вимір етичного нарративу має гарантувати право людини на самодетермінацію інформаційного змісту та захист від алгоритмічних маніпулятивних технік керування увагою для збереження цілісності світосприйняття у полі соціальних комунікацій.

Логічним продовженням інтеграції гуманістичного виміру в інформаційне середовище є відповідальне використання інструментів штучного інтелекту. У соціальних комунікаціях алгоритми інтелектуальних систем із технічних фільтрів трансформуються у модераторів віртуальної взаємодії. Проте, як зазначає С. Расселл, проблема людиноцентричності ШІ-помічника полягає не у його антагонізмі до людської раси, а у тому, що алгоритми зосереджуються на математичних показниках – кліках, вподобайках, реакціях, нівелюючи поточні інформаційні потреби користувачів [9].

У даному контексті гуманістична спрямованість гібридних комунікацій має передбачати три вектори змін: 1) прозорість, за якої людина не лише розуміє принципи формування інформаційних потоків у власній стрічці соціальних мереж, а й може впливати на їх зміст; 2) автономія користувача, що передбачає можливість самостійно коригувати алгоритмічні рекомендації та уникати інформаційних бульбашок; 3) світоглядність, яка орієнтує алгоритмічні системи на формування гармонійного інформаційного середовища, розвиток критичного мислення та збереження ціннісних орієнтирів людини.

Таким чином, гуманістичний підхід до використання штучного інтелекту підтримує суб'єктність особистості та передбачає виявлення мови ворожнечі, деструктивних аспектів в інформаційному контенті, водночас зберігаючи простір для толерантної і конструктивної взаємодії усіх користувачів задля спільного блага людини.

Наступним фундаментальним компонентом етичного нарративу у межах людиноцентричного виміру є інформаційна екологія. Відповідно до окреслених базових орієнтирів, цей елемент може розглядатися як система відбору інформації за індивідуальними орієнтирами та смисловими критеріями, що дозволяє суб'єкту зберігати цілісність сприйняття смислів у надшвидких потоках цифрової взаємодії. Інформаційна екологія сприяє формуванню ціннісного комунікативного середовища, орієнтованого на свідоме споживання контенту користувачем. Розглядаючи цей сегмент, доцільно виокремити три ключові рівні інформаційної екології:

- індивідуальний, який через критичне сприйняття інформації сприяє захисту емоційного стану суб'єкта, а усвідомлена відмова від участі в алгоритмічних маніпуляціях забезпечує збереження внутрішньої автономії особистості;

– суспільний, що передбачає очищення інформаційного поля від повідомлень токсичного змісту, а також прищеплення культури відповідального створення і поширення контенту, зокрема орієнтацію на першоджерела, легітимне походження даних та дотримання принципу достовірності, що сприяє формуванню довіри, запобіганню маніпуляціям і підвищенню якості суспільного дискурсу;

– національний, що охоплює державний рівень забезпечення інформаційної безпеки держави, збереження культурної ідентичності, протидію дезінформації та деструктивним впливам, спрямованим на підрив суспільної довіри до інституцій влади й дестабілізацію соціальних процесів.

У даному контексті етичний наратив виступає інтегральним фактором, що сприяє переосмисленню сутності інформації, трансформуючи пасивне споживання контенту в усвідомлену, ціннісно зорієнтовану взаємодію з ним та сприяє формуванню гуманістичного світогляду особистості, вільного від «цифрового хаосу».

У цьому контексті особливого значення набуває медіагігієна як базовий компонент соціальних комунікацій та передбачає критичний аналіз медіасередовища користувачем та фільтрацію інформаційного шуму. Саме медіагігієна дає можливість особистості протистояти інформаційному перевантаженню, маніпулятивним впливам та змісту фейкових повідомлень. Формуючи культуру осмисленого споживання цифрового контенту, вона набуває суспільного значення в інформаційному полі та визначає етичні засади взаємодії між усіма учасниками соціальних комунікацій. Гуманістичний вимір медіагігієни реалізується через імплементацію людиноцентричних орієнтирів у повсякденну комунікативну діяльність задля спільного соціального блага.

Відтак запропонована структура етичного наративу інформаційного поля соціальних комунікацій гармонійно поєднує ключові аспекти комунікативного середовища, у центрі якого знаходиться людина як носій гуманістичних цінностей, смислів та індивідуального досвіду. Взаємозв'язок окреслених особистісно орієнтованих компонентів формує основу ефективної інформаційної взаємодії, визначає її якість та зміцнює рівень довіри суспільства до комунікативних практик.

Для поглиблення дослідження етичного наративу доцільно здійснити порівняльний аналіз трансформацій інформаційного поля соціальних комунікацій у межах прагматичної та гуманістичної точки зору. Такий підхід дозволить простежити зміну ролі людини у комунікативному середовищі – від пасивного споживача до активного суб'єкта смислотворення (табл.1).

**Таблиця 1. Компаративний аналіз взаємодії в інформаційному полі соціальних комунікацій**

№	Компонент етичного наративу	Технологічний підхід	Гуманістичний підхід	Вектор змін
1.	Утвердження суб'єктності людини	Людина як елемент алгоритмічних систем, об'єкт збору даних, пасивний користувач інформаційного контенту	Особистість як суб'єкт смислотворення та активний учасник соціальних комунікацій	Перехід від об'єктивації до суб'єктності людини як творця власних смислів
2.	Відповідальне використання інструментів ШІ	Автоматизація контенту та алгоритмічна фільтрація, орієнтована на максимізацію переглядів	Прозорість алгоритмів, збереження автономії користувача, етика контенту	Орієнтація технологій ШІ на формування гармонійного середовища та розвиток критичного мислення

<b>продовження таблиці 1</b>				
<b>№</b>	<b>Компонент етичного наративу</b>	<b>Технологічний підхід</b>	<b>Гуманістичний підхід</b>	<b>Вектор змін</b>
3.	Інформаційна екологія	Пасивне споживання інформаційного шуму, токсичного контенту	Свідомий відбір інформації, орієнтація на якість, достовірність і цілісні смисли	Захист емоційного стану користувача від інформаційного перевантаження, збереження внутрішньої автономії людини у комунікативному середовищі
4.	Медіагігієна	Вразливість перед маніпуляціями, фейками, пропагандою та дезінформацією	Критичний аналіз медіа середовища, відповідальне поширення інформаційного контенту	Формування культури конструктивної взаємодії в інформаційному полі, перехід від пасивного споживання до активного учасника соціальних комунікацій

*Джерело: сформовано авторами*

Відтак систематизація наведених даних у таблиці дозволяє стверджувати, що впровадження етичного наративу є фундаментальною умовою гуманізації сучасного інформаційного поля соціальних комунікацій, що дозволяє подолати деструктивні процеси пасивного споживання цифрового контенту та повернути людині активного творця власних сенсів. У центрі гуманістичного підходу стоїть пріоритет свідомого вибору, де етичний наратив протидіє дегуманізації, надаючи людині інструменти захисту власної інформаційної автономії. Завдяки інтеграції принципів медіа гігієни та інформаційної екології, комунікаційна взаємодія набуває якостей відповідальної та ціннісно зорієнтованої співпраці у полі соціальних комунікацій.

## **5. Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку.**

В умовах алгоритмізації соціальних комунікації формування нового етичного наративу варто розглядати як умову для збереження суб'єктності людини. У гуманістичного подолання кризи довіри та деструктивних впливів інформаційних потоків можливе лише через підтримку автономії користувача як споживача такого контенту, що відповідає його ціннісним орієнтирам.

З точки зору цифрової взаємодії *етичний наратив* розглядаємо як динамічну систему переконань, що закріплює повагу до гідності людини, пріоритетність першоджерел, прозорість інформаційної політики та відповідальність за поширений контент у медіапросторі соціальних комунікацій. Відтак аналіз його ключових компонентів, зокрема утвердження суб'єктності людини, відповідальне використання інструментів штучного інтелекту, інформаційна екологія та медіагігієна, засвідчує потребу переосмислення методів і принципів комунікаційної взаємодії між її учасниками в інклюзивному цифровому середовищі. Саме етичний наратив трансформує пасивне споживання контенту на свідому, ціннісно зорієнтовану взаємодію, спрямовану на підтримку збереження гідності та прав кожного користувача в інформаційному полі. Перспективи подальших досліджень можуть передбачати розробку практичних механізмів для підтримки етичних стандартів у діяльності державних інституцій, закладів вищої освіти для посилення інформаційної безпеки у суспільстві.

**Author details (in English)****HUMANISTIC DIMENSION OF ETHICAL NARRATIVE IN THE INFORMATION FIELD OF SOCIAL COMMUNICATIONS****Oksana HORISHNA**e-mail: [gorishna83@gmail.com](mailto:gorishna83@gmail.com)ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3127-1316>**Oksana POTIKHA**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ruska St., 56, Ternopil 46001 Ukraine

e-mail: [potiha\\_o@tntu.edu.ua](mailto:potiha_o@tntu.edu.ua)ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6302-9394>

**Abstract.** *The article examines the ethical narrative of the information environment of social communications from the perspective of a human-centered approach in the context of the digital transformation of society. The study substantiates the relevance of developing new humanistic approaches to the communication environment caused by the growing crisis of trust in information content, the algorithmic dehumanization of digital spaces, and the proliferation of manipulative practices in the media. The essence of the ethical narrative is defined as a dynamic system of beliefs and values aimed at affirming human subjectivity, ensuring transparency in information policy, and fostering responsibility for content dissemination. Particular attention is paid to the humanistic dimension of social communications, within which the key components of the ethical narrative are identified: human subjectivity, the responsible use of artificial intelligence technologies, information ecology, and media hygiene. The study reveals the role of information ecology as a mechanism for the conscious consumption of digital content and distinguishes its individual, social, and national levels. Media hygiene is considered an important tool for counteracting information overload, misinformation, and manipulative influences in the digital communications environment. Based on a comparative analysis of technological and humanistic approaches to the development of the information environment, the research identifies a conceptual shift from the objectification of individuals toward recognizing them as active subjects and creators of meaning. The study demonstrates that the implementation of the ethical narrative contributes to the formation of a responsible and inclusive information environment, strengthens trust among participants in communication processes, and supports information security in society. Future research may focus on the development of specific mechanisms for maintaining ethical standards within public institutions and higher education institutions in order to strengthen information security in society.*

**Keywords:** *ethical narrative, social communications, humanistic approach, information field, human subjectivity, information ecology, media hygiene, information security, human-centeredness.*

**Appendix A. Supplementary material**

Supplementary data associated with this article can be found, in the online version, at

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2026/26homosc.pdf>**Funding**

The authors received no direct funding for this research.

**Citation information**

Horishna O. & Potikha O. (2026) Humanistic dimension of ethical narrative in the information field of social communications. Socio-Economic Problems and the State (electronic journal), Vol. 34, no. 1, pp. 111-119. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2026/26homosc.pdf>

**Використана література:**

1. Воронкова В. Г., Нікітенко В. О. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика: монографія. Львів–Торунь: Liha-Pres, 2022. 460 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/6591/1/0048996.pdf> (дата звернення: 22.03.2026).
2. Квіт С. М. Етика та журналістські стандарти – діючі норми та самообмеження медіа. *Українські медіа в умовах війни: регуляції правне і доświadczenia = Українські медіа в умовах війни: правові норми та досвід.* Redakcja naukowa Agnieszka Glapiak. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Sztuki Wojennej, 2023. S. 159-173. URL:

- <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/06ad6f0e-aae3-4295-b625-682178d9f08e> (дата звернення: 21.03.2026).
3. Киселюк Н. П., Бондар Т. Г. Екологія сучасної мас-медійної комунікації (на матеріалі англomовного медійного дискурсу). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2024. Вип. 21(89). С. 16-19. URL: <https://www.journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/4048/3694> DOI: [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2024-21\(89\)-16-19](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2024-21(89)-16-19) (дата звернення: 22.03.2026).
  4. Панченко О.А., Гнатенко В.С. Інформаційна безпека у сучасному вимірі: монографія. Київ: КВІЦ, 2023. 404 с.
  5. Юрченко Л., Харламов М., Гонтаренко Л., Каріков С. Виклики соціально-психологічних комунікацій сучасного світу в умовах війни. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. 2024. № 1(7). С. 149-166. DOI: <https://doi.org/10.52363/dcpp-2024.1.12>. (дата звернення: 20.03.2026).
  6. Couldry N, Mejias U. *Data Grab: the new colonialism of big tech and how to fight back*. Chicago: University Of Chicago Press; 2024. 224 p.
  7. Floridi L. *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Oxford : Oxford University Press, 2023. 272 p. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198883098.001.0001>
  8. Rizun, V., Havrylets, Y., Petrenko-Lysak, A., Tukaiev, S., Ivaskevych, D., Yachnik, Y., & Popov, A. (2022). Making up Real Media Reports' Sample on COVID-19 for Use in Experimental Studies. *Current Issues of Mass Communication*, 2022. (31). P. 64–86. DOI: <https://doi.org/10.17721/CIMC.2022.31.64-86> (дата звернення: 15.03.2026).
  9. Russell, S. & Norvig, P. *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4<sup>th</sup> edition). Pearson, 2021. 1166 p.
  10. Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism*. In: W. Longhofer, D. Winchester (Eds.). *Social Theory Re-Wired: New Connections to Classical and Contemporary Perspectives*. 3rd ed. London: Routledge, 2023. Chapter 19. 540 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003320609-27>

## References

1. Voronkova, V. H., & Nikitenko, V. O. (2022). *Filosofia tsyfrovoy liudyny i tsyfrovoho suspil'stva: teoriia i praktyka* [Philosophy of digital human and digital society: theory and practice]. L'viv–Toruń: Liha-Pres. URL: <https://dSPACE.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/6591/1/0048996.pdf> (in Ukrainian)
2. Kvit, S. M. (2023). *Etyka ta zhurnalists'ki standarty – diiuchi normy ta samoobmezhennia media* [Ethics and journalistic standards – functioning norms and media self-restraint]. In A. Glapiak (Ed.), *Ukraińskie media w obliczu wojny : regulacje prawne i doświadczenia = Ukrain'ski media v umovakh viiny : pravovi normy ta dosvid* (pp. 159–173). Warszawa: Wydawnictwo Akademii Sztuki Wojennej. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/06ad6f0e-aae3-4295-b625-682178d9f08e> (in Ukrainian)
3. Kyseliuk, N. P., & Bondar, T. H. (2024). *Ekolohiia suchasnoi mas-mediinoi komunikatsii (na materialii anhlovnoho mediinoho dyskursu)* [Ecology of modern mass-media communication (based on English-language media discourse)]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiia": seriiia "Filolohiia"*, 21(89), 16–19. URL: <https://www.journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/4048/3694> DOI: [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2024-21\(89\)-16-19](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2024-21(89)-16-19) (in Ukrainian)

4. Panchenko, O. A., & Hnatenko, V. S. (2023). *Informatsiina bezpeka u suchasnomu vymiri* [Information security in the modern dimension]. Kyiv: KViTs. (in Ukrainian)
5. Yurchenko, L., Kharlamov, M., Hontarenko, L., & Karikov, S. (2024). *Vykylyky sotsial'no-psykholohichnykh komunikatsii suchasnoho svitu v umovakh viiny* [Challenges of socio-psychological communications of the modern world in wartime]. *Problemy ekstremal'noi ta kryzovoi psykholohii*, 1(7), 149–166. DOI: <https://doi.org/10.52363/dcpp-2024.1.12> (in Ukrainian)
6. Couldry, N., & Mejias, U. (2024). *Data Grab: The New Colonialism of Big Tech and How to Fight Back*. Chicago: University of Chicago Press (in English)
7. Floridi, L. (2023). *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Oxford: Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198883098.001.0001> (in English)
8. Rizun, V., Havrylets, Y., Petrenko-Lysak, A., Tukaiev, S., Ivaskevych, D., Yachnik, Y., & Popov, A. (2022). Making up Real Media Reports' Sample on COVID-19 for Use in Experimental Studies. *Current Issues of Mass Communication*, (31), 64–86. DOI: <https://doi.org/10.17721/CIMC.2022.31.64-86> (in English)
9. Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson. (in English)
10. Zuboff, S. (2023). *The Age of Surveillance Capitalism*. In W. Longhofer & D. Winchester (Eds.), *Social Theory Re-Wired: New Connections to Classical and Contemporary Perspectives* (3rd ed., Chap. 19). London: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003320609-27> (in English)



© 2026 Socio-Economic Problems and the State. All rights reserved.

This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

You are free to:

Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.

The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

Under the following terms:

Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.

You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

No additional restrictions

You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Socio-Economic Problems and the State (ISSN: 2223-3822) is published by Academy of Social Management (ASM) and Ternopil Ivan Puluj National Technical University (TNTU), Ukraine, Europe.

Publishing with SEPS ensures:

- Immediate, universal access to your article on publication
- High visibility and discoverability via the SEPS website
- Rapid publication
- Guaranteed legacy preservation of your article
- Discounts and waivers for authors in developing regions

Submit your manuscript to a SEPS journal at <http://sepd.tntu.edu.ua>

