



### Віктор Ілліч Сіткар,

кандидат психологічних наук,  
доцент кафедри психології розвитку та консультування  
Тернопільського національного педагогічного  
університету імені Володимира Гнатюка,  
м. Тернопіль, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3320-2912>

УДК 159.9

DOI [https://doi.org/10.32405/2309-3935-2021-2\(81\)-25-34](https://doi.org/10.32405/2309-3935-2021-2(81)-25-34)

## ВІРТУАЛЬНА СУБКУЛЬТУРА СУЧАСНИХ ДІТЕЙ У КОНТЕКСТІ ПІРАМИДИ ПОТРЕБ А. МАСЛОУ

### Анотація.

У статті зазначено, що сучасні цифрові технології стають важливим інструментом впливу на світогляд особистості, формування її інтересів, поглядів і потреб. Інформаційне суспільство дає змогу легко задовольнити будь-які інформаційні потреби. Глобальна Інтернет-мережа приваблює дітей, підлітків, молодь та інші категорії людей як зручне і доступне джерело різної інформації. Нова картина світу, що формується в підростаючих поколіннях завдяки електронним засобам, призводить до певних змін у психології: інший механізм сприйняття світу, специфічні ціннісні орієнтації, несподівані способи самореалізації особистості тощо. Нині діти сприймають Інтернет не як набір технологій, а як середовище проживання. Це вже не окрема віртуальна реальність, а частина їхнього життя.

У статті здійснено спробу зобразити «цифрові потреби» в контексті віртуальної субкультури, застосовуючи схему, що відображає піраміду потреб за А. Маслоу.

**Ключові слова:** сучасні діти; вікова субкультура; «цифрові потреби»; піраміда Маслоу; інформаційний простір; віртуальна соціалізація; IT-субкультура.

Нині окремої уваги заслуговує той факт, що в сучасному інформаційному суспільстві важливу роль відіграє не лише Інтернет, а й розвиток національного інформаційного простору загалом. На новий рівень виходить трансформоване під потреби сучасного суспільства телебачення, радіо, мобільний зв'язок, які стають інтерактивними та безпосередньо взаємодіють з користувачами в реальному часі. Саме це надає можливості особистості стати активним суб'єктом сучасного інформаційного простору [6].

На думку В. Медведєвої [6], на сьогодні, коли темпи суспільного розвитку прискорюються, проблема інформаційної соціалізації стає особливо значущою. У сучасному інформаційному просторі зростають проблеми, що пов'язані зі специфікою соціальної адаптації різних вікових груп людей, між якими внаслідок зміни динаміки соціальних процесів зростають фізичні та психологічні відмінності. Процеси соціалізації старшого та молодшого поколінь принципово різняться. Нині ці особливості є досить різними: у дитинстві – від народження до 18 років, у молодості – 18–35 років, у дорослості – 35–60 років, у похилому віці – від 60 та більше років.

Так, А. Богуш, Л. Варяниця зазначають [3, с. 127], що в сучасному світі становлення особистості дитини з раннього віку відбувається в оточенні техносфери, істотною частиною якої є засоби масової комунікації. Причому на перше місце давно вийшли електронні засоби, які значно потіснили писемні. У розвитку дітей ці засоби відіграють передусім інформаційну роль, завдяки чому діти здобувають різні суперечливі, несистематизовані відомості про типи поведінки людей і способи життя в різних соціальних прошарках, регіонах, країнах. Таким чином, дитина здобуває інформацію, яка істотно відрізняється від навчальної інформації в школі. Засоби масової комунікації виконують також релаксаційну функцію, заповнюючи час відпочинку дітей. Кіно, відеоресурси, телебачення в масовому порядку формують потреби, що не співвідносяться з можливостями їхнього задоволення. Нова картина світу, яка формується в підростаючих поколіннях завдяки електронним засобам, призводить до певних змін у психології. Таким чином, ми отримуємо інший механізм сприйняття світу, специфічні ціннісні орієнтації, несподівані способи самореалізації особистості тощо [3, с. 127].



У контексті зазначеного вище, психолог О. Білоус [10] стверджує, «мені здається, що для дітей – це тотальна проблема: вони всі “сидять у гаджетах” (інакше себе не уявляють), адже покоління, яке зараз віком до 12 років народилося в епоху панування гаджетів. Ми ще пам’ятаємо часи, коли цього всього не було, а вони вже не уявляють. У нас з вами був перший екран – екран телевізора; у тих, кому 18–25, перший екран – це екран комп’ютера або ноутбука, а в малечі – це екран смартфона, адже телевізора у них може не бути, і комп’ютера великого вони до уроків інформатики в школі також можуть не бачити. І оцей – перший основний екран – завжди з ними, він є частиною їхнього світу, продовження їхнього тіла» [10].

Дитині не потрібно докладати значних зусиль для того, щоб адаптуватися до сучасного інформаційного простору. Вона з легкістю сприймає всі технічні новинки і без труднощів їх використовує. Однак у дитини відсутній реальний соціальний досвід, і через вікові особливості (доброта, довірливість, пізнавальний інтерес тощо) люди, які мають злочинні наміри, можуть скористатися цим. Окрім того, використання нових медіа може розвивати в дитини залежність від комп’ютерних ігор, образи, які пропагують нові медіа, агресію тощо.

Досить часто в Інтернеті діти можуть зіткнутися з онлайн-загрозами: шахрайством, порнографією, різними проявами збочень, онлайн-насиллям, негативним контентом і появою залежності від Інтернету. Нині незрілій, невідповідній особистості важко зорієнтуватися в сучасному перенасиченому інформаційному просторі та зробити правильний вибір. Тим важче це зробити дитині. Особливо це стосується масмедіа, які не лише несуть якусь інформацію, задовольняють візуальні потреби, а й впливають на загальний фізичний і психічний стан, а також на соціалізацію дитини [6].

Актуальність вищезазначеного й детермінувало мету пропонованої увазі статті, а саме кризу призму сучасного інформаційного простору та породжених ним «цифрових потреб» схематично зобразити піраміду потреб А. Маслоу в контексті віртуальної субкультури сучасних дітей, тинейджерів та молоді.

Так, Н. Токарева [17, с. 51] у своїх дослідженнях зазначає, що сучасні тенденції трансформації сутності людини пов’язані, безумовно, з появою нового покоління молоді, становлення якого відбувається на фоні докорінних суспільно-цивілізаційних зрушень, зокрема в умовах зміни способів впливу соціального на розвиток особистості, трансформації традиційних механізмів соціальної ідентифікації та форм її становлення. Останніми роками ця думка знаходить емпіричне підтвердження у психологічних, педагогічних, культурологічних, соціологічних дослідженнях (Т. Марцинковська, Г. Мироненко, В. Павелків, О. Петрунько, Л. Регуш, Л. Сокурянська, Д. Фельдштейн, С. Цимба-

ленко та ін.), у яких дедалі частіше підкреслюється, що в умовах постсоціалізму сформувалося нове покоління дітей і підлітків, яку дають різні назви: *перше Інтернет-покоління*, «глобальні діти», «цифрове покоління», «цифрова нація» (digital nation), «мережеве покоління» (net generation), «медіапокоління», «медіаактивне покоління», «невротичне майбутнього» (У. Гассер, Ю. Годик, І. Жилавська, Р. Лубберсон, Д. Полфрі, Н. Уденховен, У. Штраус, Н. Хоув та ін.), «соціокультурно перше покоління, здатне до нестандартної біографії» (Л. Сокурянська), *покоління «next»* (В. Долгова), «ехо-покоління» (покоління Y, Z), якому «притаманні цінності одразу декількох поколінь» (Howe N) [20] тощо. Соціологічний портрет «цифрового покоління» утворюють такі якості, як «тотальна» креативність, інноваційність (демократичність), інформованість, багатозадачність, а також проблемні зони – інформаційна перевантаженість, Інтернет-залежність, контакти із зловмисниками і доступ до «небезпечного» контенту (прояви агресії, заклики до насилля, порнографія тощо) [21, с. 7].

Науковець Г. Мироненко стверджує, що так зване цифрове покоління вже змалку звикає до перебування в щільному інформаційному потоці й легко пристосовується до телевізора, комп’ютера, мобільного телефона, Інтернету, усіляких новітніх гаджетів. А вже з підліткового віку у багатьох взагалі формується потреба бути постійно в режимі «онлайн», інакше, за їхніми словами, «ти «випадаєш» із життя...» [7, с. 9–10].

Дослідниця Є. Прохоренко у контексті проблем віртуальної культури, вважає, що віртуальна соціалізація постає як процес освоєння користувачами технологій міжособистісної комунікації, соціальної «навігації» та правил поведінки в кіберпросторі. Учасники мережі засвоюють соціальні норми, цінності та рольові вимоги, які існують як у конкретних мережевих спільнотах, так і в реальному соціумі. Виникнення віртуальної соціалізації та її трансформації, на думку вченої, пов’язано зі зміною самої соціальної структури. Сьогодні суспільство змінюється настільки швидко, що молоде покоління, яке дорослішає, приходять вже не в той звичний світ, до якого його готували в процесі традиційної соціалізації. Саме тому трансформація соціальної структури стає причиною того, що молоді майже не переймає досвід попередніх поколінь. У результаті різні види молодіжних спільнот, зокрема й кіберкомунікаційні, формують кіберкультуру як альтернативну субкультуру, що більш адекватно відображає нові реалії інформаційного сучасного суспільства [13, с. 706–707].

Інформатизація соціального простору, прискорення процесів передачі та оброблення інформації, розвиток Інтернет-мережі і соціальних медіа стали передумовами формування нової якості відносин особи та соціуму, становлення нового типу культури, якій дають різні назви: Інтернет-



культура, електронна, комп'ютерна, IT-субкультура, нова інформаційна культура, кіберкультура тощо. На думку В. Горового, «неформальне об'єднання комп'ютеризованої частини суспільства у своїй колективній свідомості викристалізувало власну підкультуру, культуру окремої соціальної спільноти, що заснована на використанні Інтернет-технологій як якісно нових засобів доступу до інформаційних ресурсів суспільства, засобів виробництва й ефективного використання інформації. Оскільки найхарактернішою особливістю цієї субкультури є використання Інтернету, очевидно, є всі підстави іменувати її *IT-субкультурою*» [2].

Характерні особливості цієї субкультури пов'язані з тим, що, *по-перше*, вона сформувалася на базі освоєння найбільш провідних технологій, що забезпечують прогрес людства. *По-друге*, сфера використання IT-субкультури – практично весь інформаційний ресурс, що перебуває в розпорядженні людства, використання активного, спрямованого на задоволення всієї різноманітності запитів найпотрібніших для розвитку ресурсів. *По-третє*, її прихильників об'єднує відчуття елітності загальної визнаності в сучасному, глобалізованому світі. Якісно вищий, у порівнянні з традиційним, рівень спілкування в IT-субкультурі дав змогу швидко сформувати систему внутрішньокультурних ціннісних критеріїв, певні етичні норми, критерії успішності, задоволення естетичних і пізнавальних потреб, критично безмежних комунікативних можливостей тощо. Замикання головної системи інтересів у межах IT-субкультури сприяло створенню своєрідної віртуальної реальності зі свободою для членів спільноти практично без жодних обмежень [4].

Сьогодні діти сприймають Інтернет не як набір технологій, а як середовище існування: це вже не окрема віртуальна реальність, а частина їх життя. Однак цей спосіб життя розходиться з способом життя батьків, а це підтверджує те, що виникає нова соціальна ситуація розвитку. Відбувається виникнення нових психологічних контекстів і феноменів, нових форм взаємин, а також зміна прийнятих в культурі соціальних практик [14].

Інтернет для дітей став новим культурним знаряддям, яке опосередковує формування вищих психічних функцій. Якщо до епохи Інтернету вони розвивалися в безпосередній взаємодії дитини і дорослого або дітей між собою, то зараз Інтернет втручається в цю взаємодію. Розглянемо це на прикладі пам'яті. Психолог Б. Спэрроу (B. Sparrow), спираючись на праці Д. Вегнера (D. Wegner), припустила, що Інтернет став особливою формою пам'яті – трансактивною. Такий вид пам'яті виникає при тривалих відносинах в парах, коли люди починають покладатися на пам'ять один одного. Пам'ять починає працювати з іншими механізмами: запам'ятовується не сама інформація, а те, яким шляхом до неї дістатися. Звідси постає за-

питання: «Чи стає завдяки Інтернет-субкультурі пам'ять дітей гіршою, або вони просто намагаються пристосуватися до нового способу життя?» Можливо, скоро ми будемо судити про освіченість дітей не за тим, скільки вони знають енциклопедичних фактів або латинських крилатих фраз, а за швидкістю пошуку або за оцінкою достовірності того, що вони знаходять в Інтернеті [14].

До того ж, цифрові технології мають вплив на побудову ідентичності в процесі становлення особистості. Дитина активно експериментує, у неї з'являється привабливий майданчик для побудови своєї ідентичності, експерименту зі своєю ідентичністю, пошуку свого соціального «Я». В Інтернеті вона освоює різні соціальні ролі. Натомість спроби приміряти на себе різні маски можуть призвести до того, що ідентичність буде не формуватися, а інсценуватися. Можна застрягти на стадії дифузної ідентичності – нечіткого, нестійкого уявлення про самого себе. У результаті може затягнутися процес самовизначення, переходу від дитинства до юності і далі [14]. Окрім того, нині в умовах глобальної інформатизації, цифрові технології є одним з важливих інструментів впливу на світогляд особистості, формування інтересів, поглядів і потреб.

Щодо людських потреб зауважимо, що американський психолог А. Маслоу створив концепцію мотивації поведінки людини, згідно з якою центральним напрямом становлення особистості є прагнення людини до самоактуалізації, тобто прагнення самовираження та самовдосконалення. Графічно її зображують у вигляді піраміди (рис. 1), що має п'ять рівнів, на кожному з яких розміщено набір людських потреб. Задоволення потреб вищого рівня можливе лише за умови задоволення потреб нижчого. Нові потреби (і цілі) виникають за аналогічним принципом – після досягнення цілей попереднього рівня.

Варто зауважити, що піраміду потреб було створено всередині ХХ ст., проте вона досі є актуальною. Ця піраміда є робочим інструментом в психології, менеджменті та інших сферах людського життя.



Рис. 1. Піраміда потреб А. Маслоу



На нашу думку, у контексті повсюдної диджиталізації, можна по-іншому її зобразити, адже вона крізь призму цифрових потреб віртуальної субкультури є трансформованою і має такий вигляд (рис. 2), а аналіз її складових представлено нижче (табл. 1).



Рис. 2. Цифрові потреби в контексті віртуальної субкультури

У контексті цифрових потреб базовими (рис. 2) для підтримки життя можна вважати наявність мережі, мобільного телефона, а ще краще гаджета, ноутбука, Wi-Fi та заряду батареї. Перш ніж людина зможе переслідувати якісь інші цілі, їй необхідно задовольнити ці основні потреби. У сучасних умовах більшість людей, які працюють та отримують заробітну плату, цілком спроможні задовольнити свої базові цифрові потреби, тому запити вищих рівнів стають дедалі більш сильним мотиваційним чинником. Наприклад, коли людина має достатню кількість предметів першої базової потреби, з її боку буде логічно застрахуватися від можливих втрат. Так, потреби в безпеці можуть бути задоволені завдяки системам і програмам, які захищають від фізичних та психологічних безпек. У нашому випадку це гугл (Google), гугл-карта (Google Maps), надійні антивірусні програми, що допомагають захистити комп'ютерні системи від потенційних загроз (наприклад, Norton Internet Security тощо).

Варто зауважити, що **Norton Internet Security** забезпечує користувачів усіма необхідними функціями для безпечного використання комп'ютера, відвідування веб-сайтів, онлайн-спілкування в соціальних мережах та через електронну пошту. Перевагою використання є здійснення захисту без істотного впливу на продуктивність системи: відкривайте веб-сторінки, завантажуйте і запускайте файли без затримок [19].

Реалії сучасного життя показують, що нині, для споживачів таких послуг, однією з досить надійних антивірусних програм є **Norton Security Deluxe**. Цей продукт пропонує захист декількох систем, що взаємопов'язані в типовому будинку. Однією

з найбільших особливостей цього програмного забезпечення є універсальність. Зазначена програма допомагає захистити свої системи, блокуючи файли, які містять потенційну загрозу. Вона захищає комп'ютер і його найважливішу інформацію від кіберзлочинців, які прагнуть заволодіти конфіденційною інформацією, а також блокує шахраїв, які здійснюють покупки в Інтернеті [9].

Забезпечивши потреби в безпеці, людина має бажання спілкуватися з іншими, кохати та бути коханою, відчувати підтримку та приналежність до соціальної групи, корпорації чи колективу (вікова субкультура). Для цього віртуальна субкультура пропонує такі соціальні мережі, як Skype, Facebook Messenger, WhatsApp, Meet-me, Viber тощо (див. рис. 2).

Також люди мають потребу у визнанні – їм потрібне відчуття цінності своєї особистості як невід'ємної частини єдиного цілого. Вони потребують визнання, поваги з боку оточення, що має бути засновано на досягненнях у змаганні з іншими людьми компетентності.

Зазначені потреби тісно пов'язані з поняттям *статусу*, що означає вагу або важливість людини в очах оточення. Можливість задоволення таких потреб може бути потужним мотиватором для самовираження. Цю цифрову потребу сьогодні можна реалізувати завдяки таким соціальним мережам, як Snapchat, Twitter, Instagram, TikTok та ін.

Наступними в ієрархії потреб людини є потреби в самовираженні, самореалізації – це найвищий рівень потреби в реалізації своїх потенційних можливостей і зростанні як особистості. Так, А. Маслоу визначив потребу в самовираженні як «бажання стати більшим, ніж ти є, стати всім, на що ти спроможний». Це потреба найвищого порядку, і задовольнити її складніше за інші. Люди, які досягають цього рівня, працюють не просто заради грошей або заради справляння враження на інших, але тому, що усвідомлюють значущість своєї роботи та відчують задоволення від самого її процесу [12]. Для задоволення потреб самоактуалізації, самовираження в сучасній віртуальній субкультурі існують такі програми соціальних мереж, як Pinterest, YouTube, LinkedIn та ін.

Зовсім не обов'язково, щоб потреби кожного рівня були цілком задоволені (іноді – це неможливо), перед тим, як у людини з'являться більш «високі» спонуки. Насправді в кожний конкретний момент людиною рухає цілий комплекс потреб. У кожний конкретний момент часу людина буде прагнути до задоволення тієї потреби, яка для неї є важливішою або більш сильною.

Також А. Маслоу вважає, що базові (фізіологічні) потреби (див. рис. 1) людини з середнім рівнем достатку задовольняються на 85 %, потреби в безпеці (екзистенційні) – на 70 %, соціальні – на 50 %, визнання (престижні) – на 40 %, потреба в самовираженні (самоактуалізації) – на



10 % (табл. 1). Статистика дає змогу стверджувати, що лише 1–2 % людей прагне до верхини піраміди А. Маслоу [12].

Таблиця 1

**Задоволення потреб людиною з середнім рівнем достатку (за А. Маслоу, у %) [12]**

№	Потреби за А. Маслоу	Задовольняються (у %)
1	Базові (фізіологічні)	85
2	Безпека та комфорт (екзистенційні)	70
3	Потреба в належності та любові (соціальні)	50
4	Визнання (престижні)	40
5	Самовираження (самоактуалізація)	10

Найперше прагнення споживачів полягає в задоволенні потреб нижчого рівня, і лише в разі їх задоволення люди можуть думати про задоволення наступної за важливістю потреби. Основний недолік теорії А. Маслоу зводиться до того, що їй не вдалося врахувати індивідуальні відмінності людей. Відповідно до минулого досвіду, одна людина може бути найбільше зацікавлена в самовираженні, тоді як поведінка іншої буде насамперед визначатися потребою у визнанні, соціальними потребами [12]. Таким чином, розвивається тенденція, згідно з якою певну частку людей задовольняє можливість самовиражатися через Pinterest, YouTube, LinkedIn чи інші аналогічні інформаційні мережі. Часто свою самоактуалізацію вони презентують навіть у декількох соціальних мережах одночасно. Інші люди можуть бути задоволені своїм визнанням через спілкування в Snapchat, Twitter, Instagram, TikTok тощо. Кожна людина сама обирає, що їй задовольняє.

Зауважимо, що згідно з даними, які опубліковані в Інтернет-виданні «Гордон» актуалізовано питання щодо безпеки спілкування в мережі [15]. Якою ж є ймовірність того, що ваше листування в месенджерах не стане доступне третім особам? Чи можуть розробники додатків читати повідомлення користувачів? Які ж месенджери є найбільш популярними не лише в Україні, а й у світі? Таким чином, доцільно ознайомитися з експертними оцінками цифрових месенджерів.

**Facebook Messenger.** Згідно з даними порталу Statista, в 2020 р. в усьому світі нараховувалося понад 1,69 млрд користувачів Facebook Messenger, хоча ще 6 років тому (2015 р.) їх було, за інформацією TechCrunch, майже в три рази менше – 600 млн. Фінансування роботи цього месенджера здійснюється за рахунок реклами, яка появляється в стрічці новин користувача.

Міжнародна некомерційна юридична організація Electronic Frontier Foundation (EFF), що спеціалізується на захисті цивільних прав у цифровій сфері, в 2019 р. сформувала рейтинг про-

грам для безпечного обміну повідомленнями. Програми було протестовано за сімома ключовими критеріями безпеки, починаючи від методу цифрування, закінчуючи незалежним аудитом, де сім балів – це максимально безпечний і надійний месенджер (табл. 2). Згідно з цим рейтингом Facebook Messenger отримав лише два бали [15].

Таблиця 2

**Рейтинг безпечності і надійності месенджерів (за Electronic Frontier Foundation (EFF), 2019 р.)**

№	Назва месенджера	Оцінка безпечності і надійності месенджера (max 7 балів)
1	Facebook Messenger	2 бали
2	Signal	7 балів
3	Skype	1 бал
4	Telegram	4 бали
	Telegram, режим «Секретний чат»	7 балів
5	Viber	2 бали
6	WhatsApp	6 балів

**Signal.** Майже еталонний з точки зору безпеки безкоштовний месенджер. Його створив на початку 2015 р. американський дослідник кібербезпеки М. Марлінспайк зі своєю командою (стартап Open Whisper Systems). До об'єднання М. Марлінспайк очолював напрям кібербезпеки в Twitter, проте залишив компанію за два роки до створення власного месенджера. Криптографічний протокол, розроблений М. Марлінспайком, частково використовується у WhatsApp, Facebook Messenger, Skype та інших програмах.

Signal – це месенджер з відкритим програмним кодом, тобто будь-хто може перевірити застосований алгоритм захисту персональних даних і вказати на помилку, зробивши систему більш стійкою. У цьому месенджері жодна інформація не зберігається на серверах, а міститься лише в телефонах користувачів.

У 2016 р. Федеральне бюро розслідувань США через суд намагалося отримати від Signal переписку деяких користувачів. Представники месенджера надали інформацію, в якій містилися лише дані, коли саме користувачі були зареєстровані в системі та підключалися до сервісу останнім разом. Жодної іншої інформації (включаючи переписку) у компанії-розробника не було і не могло бути, спираючись на логіку функціонування Signal.

У січні 2021 р. американський бізнесмен, засновник і керівник космічної компанії SpaceX та один з керівників автомобільної компанії Tesla Ілон Маск на своїй сторінці в Twitter закликав застосовувати Signal. Твіт було зроблено після оновлення політики конфіденційності популярного месенджера WhatsApp. Так, 8 січня 2021 р. адміністрація останнього заявила, що персональні дані користувачів WhatsApp надаються в розпорядження



всіх сімейств додатків Facebook. У результаті, згідно з даними аналітичної платформи мобільних додатків Sensor Tower, упродовж 6–10 січня 2021 р. Signal скачали приблизно 7,5 млн разів у всьому світі, що в 43 рази більше, ніж за попередній тиждень. У згаданому вище рейтингу EFF Signal набрав сім з семи можливих балів [15].

**Skype** є однією з найстарших програм, що дає змогу обмінюватися текстовими повідомленнями, а також забезпечує голосовий і відеозв'язок. Вона була випущена в 2003 р. шведсько-данською компанією Skype Technologies у співробітництві з естонськими програмістами. Сервіс надає безкоштовні та платні послуги залежно від потреб користувачів. За даними Statista на жовтень 2020 р., у Skype щомісяця спілкуються приблизно 300 млн користувачів.

До 2012 р. програма була лідером ринку. Тоді ж було зареєстровано рекорд з одночасного перебування в онлайн 34 млн користувачів. Пізніше було розпочато активні розробки інших месенджерів і Skype здав позиції, проте залишився одним із найбільш популярних додатків для відеоспілкування.

Навесні 2013 р. російське видання «Відомості» повідомляло, що російські спецслужби знайшли спосіб відслідковувати розмови, повідомлення та місцезнаходження користувачів Skype. Влітку того ж року видання «The Washington Post» писав про систему стеження PRISM, що дає змогу американській і британській розвідкам накопичувати дані про користувачів – зокрема, дані про листування, аудіоповідомлення, місцезнаходження – декількох Інтернет-компаній, зокрема Facebook і Skype. У рейтингу EFF Skype набрав один бал з семи можливих [15].

**Telegram** – це ще один досить популярний месенджер. Вперше його було презентовано влітку 2013 року. Розробники програми стверджують, що лише в 2020 р. число активних користувачів досягло позначки 400 млн. «Це на 100 млн більше, ніж в 2019 році. Щоденно в Telegram реєструються не менше 1,5 млн людей», – зазначалося на офіційній сторінці месенджера. Ці дані були підтвержені і порталом Statista.

У січні 2021 р. Telegram посів друге місце за кількістю скачувань в США (понад 545 тис. разів). Цьому успіху чимало сприяли події навколо колишнього президента США Д. Трампа, чий прихильники, натхненні промовою глави Білого дому, 6 січня 2021 р. штурмували Капітолій. Після цієї події, що викликала потрясіння в Америці, популярні соціальні мережі розпочали блокування акаунтів Трампа та його прихильників. The Daily Telegraph пише, що одним із факторів раптової популярності Telegram могло бути рішення Apple та Google видалити з магазинів додатків соціальну мережу Parler, що є досить популярною у прихильників Трампа. Як результат користувачі

Parler почали закликати до переходу в Telegram. У рейтингу EFF Telegram набрав чотири бали з семи, але якщо в месенджері обрати спеціальний режим «Секретним чат», тоді це спілкування за критерієм безпеки набирає сім балів з семи можливих [15].

**Viber.** Перша версія месенджера появилась в 2010 р. і лише для iPhone. Через два роки Viber вже був доступний для мобільних телефонів інших виробників. Згідно з даними Statista, у 2020 р. у цієї програми нараховувалося 260 млн активних користувачів на місяць. Це один із найбільш популярних месенджерів в Україні. За інформацією HiTech Expert, він встановлений на 93 % смартфонів. За різними даними, у Viber зареєстровано близько 25 млн українських користувачів. У рейтингу EFF Viber набрав два бали з семи можливих [15].

**WhatsApp** – один із найбільш популярних безкоштовних месенджерів у світі. За даними Statista, лише в жовтні 2020 р. WhatsApp використовували понад 2 млрд людей по всьому світу. Цікаво, що однойменну компанію, яка розробила додаток ще в 2009 р., започаткували українець Я. Кум та американець Б. Ектон, які в минулому були співробітниками пошукової системи Yahoo. Інтерфейс месенджера та дизайн сайту розробляла дизайн-студія з м. Дніпро. У рейтингу EFF WhatsApp набрав шість балів з семи можливих [15].

**Pinterest** – це соціальний інтернет-сервіс, фотохостинг, що дає користувачам змогу додавати в онлайн-режимі зображення, групувати їх в тематичні колекції та ділитися ними з іншими користувачами. Зображення можна «приколоти» до колекцій, які називають «дошками». У цьому сервісі зручно зберігати як зображення, так і відео, збирати рекомендації та розмішувати wish-листи. Тут також можна дивитися дошки друзів і показувати свої матеріали. Як і у будь-якій іншій соціальній мережі, тут можна лайкати, ділитися матеріалом, додавати друзів.

Ця програма працює як візуальна пошукова система і як соціальна мережа [5]. Окрім наповнення красивими картинками, Pinterest став справжнім помічником багатьох користувачів Інтернету. Застосовуючи майданчик, можна:

- знайти необхідну інформацію (рецепт страв, майстер-класи з рукоділля та навіть секрети ремонту);
- зберегти контент без завантаження на пристрій;
- залишатися в тренді (нові модні тенденції, незвичайні відкриття і товари – все це миттєво поширюється по Пінтересту) [11].

**TikTok** – це соціальна мережа, яка дає змогу знімати музичні відео, вести прямі ефіри й обмінюватися повідомленнями. Відеоплатформа вже стала лідером на китайському ринку і стрімко поширюється в Україні та інших країнах. Вона є за-



требуваною як індивідуальними користувачами, так і компаніями, які просувають в TikTok свої бренди.

TikTok – це додаток, який є доступним у 155 країнах і на 75 мовах. Світова аудиторія TikTok становить біля 500 млн людей (відповідно до даних Datareportal, 2019) кількість активних користувачів китайської версії додатку Douyin в січні 2020 р. перевищило 400 млн. Згідно з відомостями Globalwebindex, 41 % користувачів – це люди віком від 16 до 24 років. 55,6 % юзерів – чоловіки, 44,4 % – жінки.

На початку 2019 р. TikTok був третім додатком у світі, що найбільш часто його завантажували. З одного лише App Store його скачали 33 млн разів (згідно з даними Sensor Tower, 2019), що значно перевищило показники скачування YouTube, Instagram, WhatsApp і Facebook Messenger [18].

Нещодавно TikTok вперше відкрив цифри про кількість своїх користувачів. Ці показники вказують, що за два з половиною роки аудиторія додатку збільшилася більш ніж на 1100 %. Щомісяця цей додаток використовують приблизно 700 мільйонів користувачів (це на 1150 % більше, ніж у січні 2018 р.), з яких 100 мільйонів – у США.

На початку 2018 р. TikTok мав 54,8 млн користувачів, наприкінці 2018 р. – 271,2 млн користувачів, а наприкінці 2019 р. – 507,6 млн користувачів, у липні 2020 р. – 689,2 млн користувачів [16].

У першій половині 2020 р. компанія Vodafone [1] склала рейтинг використання месенджерів і соціальних мереж в містах і областях України, привласнюючи кожному регіону кольоровий статус – під колір значка сервісу, яким користуються найактивніше (табл. 3).

Таблиця 3

**Кольорові статуси соціальних мереж**

Соціальна мережа	Кольоровий статус	Соціальна мережа	Кольоровий статус
Viber	фіолетовий	YouTube	червоний
WhatsApp	зелений	TikTok	чорний
Telegram	блакитний	Likee	рожевий
Instagram	вишневий	Snapchat	жовтий
Facebook	синій		

Рік тому цей рейтинг не був би таким різноманітним і перші місця в ньому дісталися б лише областям з містами-мільйонниками. Поява в рейтингу невеликих обласних центрів, міст та сіл свідчить про зростання обсягів користування мобільним Інтернетом на всій Україні.

Статус «фіолетової» отримала Одеська область, яка за питомим обсягом (на кожного користувача) трафіку Viber – 417 Мб/людину на місяць – обійшла Черкаську та Донецьку області. Херсонська область стала «зеленою» – тут найбільша кількість активних користувачів

WhatsApp, на який тут йде 978 Мб/людину; на другому і третьому місці – Полтавська та Харківська області. Водночас найбільший трафік месенджера Telegram – 2036 Мб/людину – створюють користувачі «блакитної» – Київської області, випереджаючи Одеську та Вінницьку .

«Вишневою» областю – з найбільшою кількістю найактивніших користувачів Instagram, 6408 Мб/людину – виявилася Рівненська область, якій поступилися першістю Вінницька і Житомирська області. У «синьому» рейтингу серед найактивніших користувачів Facebook перемогу отримала Вінницька область, якій за результатом 2481 Мб/людину вдалося випередити Одеську та Київську області.

Найбільш активні користувачі мережі YouTube проживають в найбільш «червоній» області – Житомирській, 8778 Мб/людину, за якою в рейтингу йдуть Вінницька та Кіровоградська. Водночас Житомирській області знаходяться і найпалкіші любителі мережі TikTok – 2390 Мб/людину, тому їй присвоєно одночасно і чорний код; на другому місці в «чорному» рейтингу знаходяться Вінницька та Рівненська області. Шанувальники іншої молодіжної соцмережі – Likee – переважно проживають Дніпропетровській області, яка отримала статус «рожевої», – 957 Мб/людину, а друге та третє місця належать Херсонській і Харківській областях.

«Жовтою» областю, в якій спостерігався найбільший трафік додатка Snapchat, стала Волинська область, яка з показником 195 Мб/людину випередила Закарпатську та Рівненську.

Vodafone [1] також виділив населені пункти з найбільш активними користувачами соцмереж (трафік за місяць): «фіолетовий» (Viber) – Калчева, Одеська обл., 760 Мб/людину; «зелений» (WhatsApp) – Кам'яне, Запорізька обл., 1260 Мб/людину; «блакитний» (Telegram) – Червона Слобода, Київська обл., 2860 Мб/людину; «вишневий» (Instagram) – Сапожин, Рівненська обл., 7076 Мб/людину; «синій» (Facebook) – Стадниця, Київська обл., 3146 Мб/людину; «червоний» (YouTube) – Норинськ, Житомирська обл., 9985 Мб/людину; «чорний» (TikTok) – Щиглівка, Житомирська обл., 2980 Мб/людину; «рожевий» (Likee) – Шпола, Черкаська обл., 2832 Мб/людину; «жовтий» (Snapchat) – Седлище, Волинська обл., 297 Мб/людину.

Рейтинг було складено за результатами оцінки середнього обсягу трафіку сервісу на кожного користувача, який мешкає в конкретному регіоні. Щоб максимально знизити похибку, фахівці компанії виключили населені пункти з незначною кількістю користувачів кожної соцмережі або месенджера [1].

Підсумовуючи сказане вище зазначимо, що віртуальна субкультура має більший вплив на дітей і молодь. Вони швидше її сприймають і



застосовують в практиці життя, однак досить часто (в міру своїх вікових особливостей) не звертають увагу на безпеку. З огляду на це, вважаємо за необхідне здійснити **перелік мобільних додатків дітей, на які варто звернути увагу батькам**. До того ж, правоохоронці нагадують, що дітям необхідно бути більш обачними та контролювати те, які програми вони встановлюють на свої смартфони і планшети [8].

Варто пам'ятати, що існує чимало програм із небезпечним контентом (зокрема булінг чи небажані повідомлення сексуального змісту). Також деякі програми можуть надавати стороннім особам інформацію про місце перебування телефону.

У США, у Fairview Park Auxiliary Police Association (штат Огайо) склали список дій для батьків з метою захисту своїх дітей від небажаних наслідків використання сучасних технологій. Так, необхідно:

- перевіряти кожну програму в телефоні своєї дитини;
- налаштувати конфіденційність;
- розмовляти зі своєю дитиною про правила використання телефону, програм і соціальних мереж;
- дізнатися, які програми є популярними у вашому регіоні.

Окрім того, пропонуємо вашій увазі список з 15 додатків, на які, як вважає поліція, батькам необхідно звернути особливу увагу [8].

**1) MeetMe** – соціальна мережа для нових знайомств. Наразі вона охоплює аудиторію понад 15 млн користувачів. Ця мережа допоможе знайти поблизу нових людей, які поділяють твої інтереси та готові (хочуть) розпочати листування. «Фішка» сайту – можливість швидко знайти користувачів, які знаходяться неподалік і запросити їх де-небудь зустрітися.

**2) WhatsApp**. Чим небезпечний? Саме в цьому месенджері з'явилася онлайн-гра «Момо», яка спонукає дітей до самогубства. Момо тероризує жертву нічними повідомленнями страхітливих змісту, зображенням сцен насильства, дзвінками, моторошними сльозами або сміхом на іншому кінці дроту. Це триває допоки жертва не погоджується пограти. Одразу після цього користувач отримує екстремальні завдання. Наприклад, піти вночі на пустир, порізати собі руку чи якусь іншу частину тіла тощо. Якщо ж користувач відмовляється, то знову розпочинаються шантаж і погрози, залякування через повідомлення чи дзвінки.

**3) Bumble** – подібний до популярного додатка для побачень Tinder. Однак у цьому додатку особам жіночої статі потрібно зробити перший крок, щоб захистити себе від небажаної уваги з боку чоловіків. Відомо, що діти використовували цей додаток і створювали фейкові облікові записи.

**4) Live.me** – це програма для відеотрансляцій, використовує геолокацію для демонстрації відео, тому користувачі можуть з'ясувати точне місце

розташування людини, що веде трансляцію. Користувачі можуть заробляти «монети» (coins) як спосіб оплати неповнолітнім за фотографії.

**4) Askfm** – це додаток, у якому дуже високий рівень кібербулінгу. Додаток дозволяє користувачам анонімно ставити питання і отримувати відповіді. На сьогодні відомо про 9 випадків суїциду, скоєних неповнолітніми, що були пов'язані із залякуванням у цьому додатку.

**5) Snapchat** – одна з найбільш популярних програм у 2019 році. Фото і відео, зроблені користувачами в додатку, зникають протягом 24 годин. Snapchat також дозволяє користувачам бачити ваше розташування, якщо ви не зміните налаштування конфіденційності.

**6) Holla** – це самопроголошений додаток для відеочатів, що «викликає залежність», і дозволяє користувачам зв'язуватися з людьми по всьому світу буквально за секунди. Фахівці заявляють, що в додатку користувачі стикаються з расистськими висловлюваннями, сексуальним контентом тощо.

**7) Calculator %** – один із секретних додатків, що використовуються для приховування фотографій, відео та історій перегляду Інтернету. Цей додаток виглядає як калькулятор, однак функціонує як секретний альбом для фотографій.

**8) KIK** – додаток, що дозволяє кому завгодно контактувати і відправляти повідомлення безпосередньо користувачеві. Діти можуть не користуватися традиційними текстовими повідомленнями. Цей додаток надає користувачам необмежений доступ до будь-кого і в будь-якому місці, в будь-який час, має вбудовані програми і веб-контент, який не може бути відфільтрований на домашньому комп'ютері.

**9) Whisper** – анонімна соціальна мережа, у якій можна ділитися секретами з незнайомцями. У цьому додатку також зазначається місце розташування користувача, щоб люди могли зустрічатися.

**10) Hot Or Not** заохочує людей ставити оцінки вашому профілю, відзначати людей у своєму районі і спілкуватися з незнайомцями. Мета цього додатку полягає в тому, що потрібно знайти та поставити оцінку іншим на підставі їхньої зовнішності.

**11) Omegle** – це безкоштовний онлайн-сайт для чатів, що просуває анонімне спілкування з незнайомими людьми.

**12) Yellow** – це додаток, призначений для того, щоб підлітки могли фліртувати один з одним в атмосфері, подібній Tinder(y).

**13) У Burn Book** публікуються чутки про інших людей за допомогою аудіоповідомлень, текстових повідомлень і фото.

**14) Wishbone** – це додаток, що дає змогу користувачам порівнювати фото один одного і ставити їм оцінку за певною шкалою.



**15) Instagram** – одна з найбільш популярних програм у 2019 році. Діти створюють фейкові акаунти, використовують нікнейми, щоб приховати контент від власних батьків. Діти також досить часто листуються в цій соціальній мережі, тому що є можливість налаштувати так, щоб усі повідомлення видалялися, коли користувач залишає чат.

Таким чином, інформаційне суспільство дає змогу легко задовільнити будь-які інформаційні потреби людини. Проте в деяких ситуаціях, коли йдеться про моральні цінності та культурні інтереси сучасного молодого покоління, вплив інформатизації може призвести до суттєвих негативних результатів, а саме до: зниження значущості традиційних культурних цінностей (книги, живопис, класична музика, театр), нав'язування масової культури, поява субкультур.

Специфіка використання людиною інформаційних технологій органічно пов'язана з особливостями інтелектуального розвитку та загальної культури особи і суспільства. Чим багатший внутрішній світ людини і чим вищий її освітній рівень, тим більше варіантів і форм комунікативних та віртуальних технологій вона використовує і тим вищою є максимально можлива ефективність їх застосування.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо в більш поглибленому вивченні впливу інформатизації на цінності та культурні інтереси сучасного підростаючого покоління, а також впливу диджиталізації на сучасну мову та рухову субкультуру різних вікових груп людей.

#### Використані літературні джерела

1. Vodafone створила рейтинг областей України в кольорах месенджерів та соціальних мереж. URL: <https://www.vodafone.ua/news/vodafone-stvoryla-reytnyh-oblastey-ukrayiny-v-kolyorakh-mesendzheriv-ta-sotsialnykh-merezh>.

2. *Горовий В.М.* IT-субкультури в структурі сучасного суспільства. *Україна : події, факти, коментарі*. Київ, 2012. № 5. С. 76–85.

3. *Богущ А.М.* та ін. Діти і соціум: особливості соціалізації дітей дошкільного та молодшого шкільного віку: монографія. Луганськ: Альма-матер, 2006. 368 с.

4. Інформаційні обміни в українських соціальних мережах. URL: [http://www.nas.gov.ua/siaz/Ways\\_of\\_development\\_of\\_Ukrainian\\_science/article/15016.1.005.pdf](http://www.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/15016.1.005.pdf).

5. Кому і для чого потрібен Пінтерест. URL: <https://webprofit.com.ua/26-komu-i-dlja-choho-potriben-pinterest/>.

6. *Медведева В.* Особливості процесу соціалізації особистості в умовах інформаційного суспільства. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 584–595. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nbnbuimviv\\_2016\\_43\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nbnbuimviv_2016_43_37).

7. *Мироненко Г.В.* Час віртуального життя: монографія. Київ : Імекс-ЛТД, 2015. 134 с.

8. Мобільні додатки дітей, на які варто звернути увагу батькам. URL: <https://ukr.media/science/399218/>.

9. Нортон сек'юриті Deluxe. URL: <https://winraedorpers.com/uk/software/872-norton-security-deluxe-review.html>.

10. Олександр Білоус, психолог, викладач КНУ ім. Т.Г. Шевченка. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3165640-oleksandr-bilous-psiolog-vikladac-knu-im-tsevcenka.html>.

11. Pinterest: що це таке і як ним користуватися. URL: <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/pinterest-shcho-tse-take-i-yak-nym-korystuvatysya/>.

12. Піраміда потреб А. Маслоу. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.

13. *Прохоренко Е.Я.* Субкультура молодіжних соціальних груп – як способ соціалізації. *Вестник Одеського національного університета*. Одеса, 2007. Т. 12. Вип. 6. С. 705–711.

14. *Солдатова Г.* Покоління Z: психолог розповіла, як інтернет змінив сучасних дітей. URL: <https://ukr.media/science/272956/>.

15. Telegram, Viber, WhatsApp, Facebook Messenger, Signal и другие мессенджеры. Насколько они безопасны и надежны. URL: <https://gordonua.com/publications/telegram-viber-whatsapp-facebook-messenger-signal-i-drugie-messendzhery-naskolko-oni-bezopasny-i-nadezhny-glavnoe-1535592.html>.

16. TikTok вперше назвав кількість своїх користувачів. URL: [https://lb.ua/economics/2020/08/25/464549\\_tiktok\\_vpershe\\_nazvav\\_kilkist\\_svoih.html](https://lb.ua/economics/2020/08/25/464549_tiktok_vpershe_nazvav_kilkist_svoih.html).

17. *Токарева Н.М., Шамне А.В., Макаренко Н.М.* Сучасний підліток у системі психолого-педагогічного супроводу: монографія. Кривий Ріг, 2014. 312 с.

18. Что такое TikTok и как им пользоваться. URL: <https://rb.ru/longread/tiktok/>.

19. Що таке нортон інтернет сек'юриті. Основні можливості Norton Security. URL: <https://newtravelers.ru/uk/problems/chto-takoe-norton-internet-sekurity-osnovnye-vozmozhnosti-norton.html>.

20. *Howe N.W. Strauss.* Generations : The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: Perennial, 1991. P. 541.

21. *Palfrey J., Gasser U.* Born Digital. Understanding the first generation of digital natives. New York. 2008. P. 7.

#### References

1. *Vodafone-stvoryla-reytnyh-oblastey-ukrayiny-v-kolyorakh-mesendzheriv-ta-sotsialnykh-merezh*. [Vodafone has created a rating of regions of Ukraine in the colors of messengers and social networks]. Retrieved from: <https://www.vodafone.ua/news/vodafone-stvoryla-reytnyh-oblastey-ukrayiny-v-kolyorakh-mesendzheriv-ta-sotsialnykh-merezh>

2. Gorovy, V. M. (2012). IT-subkultury v strukturі suchasnoho suspilstva. [IT subculture in the structure of modern society]. *Ukraina: podiyi, fakty, komentari – Ukraine: events, facts, comments*. Kyiv, 5. P. 76–85.

3. Bohush, A.M. (2006). *Dity i sotsium: osoblyvosti sotsializatsiyi ditey doshkil'noho ta molodshoho shkil'noho*



viky [Children and society: features of socialization of children of preschool and primary school age]. Lugansk. 368 p.

4. Informatsiyini obminy v ukrayins'kykh sotsial'nykh merezhakh. [Information exchanges in Ukrainian social networks]. Retrieved from: [http://www.nas.gov.ua/siaz/Ways\\_of\\_development\\_of\\_Ukrainian\\_science/article/15016.1.005.pdf](http://www.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/15016.1.005.pdf).

5. Komu i dlya choho potriben Pinterest [Who and for what needs Pinterest]. Retrieved from: <https://webprofit.com.ua/26-komu-i-dlja-choho-potriben-pinterest/>.

6. Medvedyeva, V. (2016). Osoblyvosti protsesu sotsializatsiyi osobystosti v umovakh informatsiynoho suspil'stva [Features of the process of socialization of the individual in the information society]. *Naukovi pratsi Natsional'noyi biblioteki Ukrayiny imeni V.I. Vernads'koho – Scientific works of the National Library of Ukraine named after VI Vernadsky*. Vol. 43. P. 584–595. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv\\_2016\\_43\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2016_43_37).

7. Myronenko, H.V. (2015). *Chas virtual'noho zhyttya [Time of virtual life]*. Kyiv. 134 p.

8. Mobilni dodatky ditey, na yaki varto zvernuty uvahu batkam. [Mobile applications for children that parents should pay attention to]. Retrieved from: <https://ukr.media/science/399218/>.

9. Norton sekyuriti Deluxe [Norton Security Deluxe]. Retrieved from: <https://winraedorpers.com/en/software/872-norton-security-deluxe-review.html>.

10. Oleksandr Bilous, psykholoh, vykladach KNU im. T.H. Shevchenka. [Alexander Belous, psychologist, lecturer at KNU. T.G. Shevchenko]. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3165640-oleksandr-bilous-psiolog-vikladac-knu-im-tsevcenka.html>.

11. Pinterest: shcho tse take i yak nym korystuvatsya [Pinterest: what it is and how to use it]. Retrieved from: <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/pinterest-shcho-tse-take-i-yak-nym-korystuvatsya/>.

12. Piramida potreb A. Maslou [Pyramid of needs A. Maslow]. Retrieved from: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.

13. Prokhorenko, Ye.Ya. (2007). Subkultura molodezhnykh soobshchestv – kak sposob sotsializatsii [Subculture of youth communities - as a way of socialization]. *Vestnik Odessskogo natsional'nogo universiteta – Bulletin of Odessa National University*. Vol. 6. P. 705–711.

14. Soldatova, G. Pokolinnya Z: psykholoh rozpovila, yak internet zminyv suchasnykh ditey [Generation Z: a psychologist told how the Internet has changed modern children]. Retrieved from: <https://ukr.media/science/272956/>.

15. Telegram, Viber, WhatsApp, Facebook Messenger, Signal i drugiye messendzhery. Naskol'ko oni bezopasny i nadezhny [Telegram, Viber, WhatsApp, Facebook Messenger, Signal and other messengers. How safe and reliable they are]. Retrieved from: [https://gordonua.com/publications/telegram-viber-whatsapp-facebook-](https://gordonua.com/publications/telegram-viber-whatsapp-facebook-messenger-signal-i-drugie-messendzhery-naskolko-oni-bezopasny-i-nadezhny-glavnoe-1535592.html)

messenger-signal-i-drugie-messendzhery-naskolko-oni-bezopasny-i-nadezhny-glavnoe-1535592.html.

16. TikTokvpershenazvavkil'kist'svoyikhkorystuvachiv [TikTok first named the number of its users]. Retrieved from: [https://lb.ua/economics/2020/08/25/464549\\_tiktok\\_ypershe\\_nazvav\\_kilkist\\_svoih.html](https://lb.ua/economics/2020/08/25/464549_tiktok_ypershe_nazvav_kilkist_svoih.html).

17. Tokareva, N.M., Shamne, A.V., & Makarenko, N.M. (2014). *Suchasnyy pidlitok u systemi psykholohopedahohichnoho suprovodu [Modern adolescent in the system of psychological and pedagogical support]*. Kryvyi Rih, 312 p.

18. Chto takoye TikTok i kak im pol'zovat'sya. [What is TikTok and how to use it]. Retrieved from: <https://rb.ru/longread/tiktok/>.

19. Shcho take norton internet sek'yuriti. Osnovni mozhlyvosti Norton Security [What is Norton Internet Security. Key features of Norton Security]. Retrieved from: <https://newtravelers.ru/en/problem/chno-takoe-norton-internet-sekyuriti-osnovnye-vozmozhnosti-norton.html>.

20. Howe N., & Strauss, W. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York. P. 541.

21. Palfrey J., & Gasser, U. (2008). *Born Digital. Understanding the first generation of digital natives*. New York. P. 7.

### Sitkar Victor. Modern Children's Virtual Subculture in the Context of A. Maslow's Pyramid of Needs.

#### Summary.

The article investigates the modern digital technologies issue as an important tool for influencing the worldview of a personality, the interests, views and needs formation. The information society makes it easy to meet any information needs. The World Wide Web attracts children, adolescents, young people and others as a convenient and accessible source of information. The new picture of the world, which is formed in the younger generations through gadgets, causes certain changes in psychology: a different world perception mechanism, specific value orientations, unexpected self-realization ways, etc.

Today, children perceive the Internet not as a set of technologies, but as a living environment. This is no longer a separate virtual reality, but a part of their lives. The generation under 12 was born in the era of gadget domination. Adults still remember time when this was not possible, while children do not imagine themselves without electronic means of communication. Nowadays, children get into the gadget sooner than they come home from the maternity hospital.

An attempt has been made to depict "digital needs" in a virtual subculture context using a scheme that reflects the pyramid of needs according to A. Maslow.

**Key words:** modern children; age subculture; "digital needs"; Maslow's pyramid; information space; virtual socialization; IT subculture.