

УДК 008:316.77:130.2:004.8(045)

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-31>

**Вікторія ОХРИМОВИЧ**

аспірантка II курсу кафедри психології та гуманітарних дисциплін, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, вул. Лаврська, 9, м. Київ, Україна, 02000

**ORCID:** 0009-0005-9654-1120

**Бібліографічний опис статті:** Охримович, В. (2025). Криза ідентичності в цифрову добу: між автентичністю та алгоритмами ШІ. *Fine Art and Culture Studies*, 3-2, 239–244, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-31>

### КРИЗА ІДЕНТИЧНОСТІ В ЦИФРОВУ ДОБУ: МІЖ АВТЕНТИЧНІСТЮ ТА АЛГОРИТМАМИ ШІ

**Мета роботи** проаналізувати вплив віртуального середовища цифрової доби на трансформацію ідентичності та осмислити роль штучного інтелекту у формуванні нових уявлень про автентичний та алгоритмічно сконструйований образ особистості у цифровій культурі. Досягнення цієї мети передбачає вирішення наступних завдань: висвітлення значення алгоритмів штучного інтелекту, що використовуються у ШІ-застосунках; дослідження особливостей конструювання цифрової ідентичності як прикладу комунікативного симулякру у віртуальному просторі культури; осмислення ризиків втрати особистісної цілісності в умовах алгоритмізації соціальних і комунікативних практик як ключової проблеми формування особистості у віртуальному середовищі цифрової культури. **Методологія дослідження** спирається на принципи кроскультурності та поєднує культурологічний, психологічний і філософський аналіз, емпіричний (метод експерименту) та метод контент-аналізу новітніх ШІ-застосунків як прикладів комунікативного симулякру. **Наукова новизна.** Вперше проаналізовано специфіку впливу цифрових ідентичностей та трансформацію комунікації в соціальних ШІ мережах-симулякрах. Вперше проведено експеримент з відмовою від цифрової присутності як інструмент вивчення антропологічної невидимості у віртуальному просторі. У **висновках** констатується, що з огляду на результати культурологічного дослідження особливостей формування і розповсюдження тренду на цифрові ідентичності та створення штучних медіа, а також з позицій «теорії мертвого Інтернету», відбувається перехід людства до доби кризи ідентичності. ШІ соціальні мережі-симулякри витісняють живу комунікацію, створюючи ілюзію соціальності, що часто базується на фіктивних або маніпулятивних алгоритмах. Експериментальне дослідження показало, що втрата цифрової репрезентації призводить до соціального виключення у цифрових мережах та демонструє виразну залежність соціальної та культурної пам'яті від безперервного цифрового самореєстрування. Нові ШІ-застосунки, такі як SocialAI чи Butterflies, трансформують уявлення про суб'єктність: особистість більше не є стабільною, а конструється відповідно до очікувань аудиторії та трендів.

**Ключові слова:** цифрова репрезентація, цифрова ідентичність, ШІ аватар, теорія мертвого Інтернету, комунікація, соціальна мережа-симулякр, комунікативний симулякр.

**Viktoriia OKHRYMOVYCH**

Doctoral Student at the Department of Psychology and Humanities, National Academy of Culture and Arts Management, 9 Lavrska St, Kyiv, Ukraine, 02000

**ORCID:** 0009-0005-9654-1120

**To cite this article:** Okhrymovych, V. (2025). Kryza identychnosti v tsyfrovu dobu: mizh avtentychnistiu ta alhorytmamy ShI [Identity crisis in the digital age: between authenticity and AI algorithms]. *Fine Art and Culture Studies*, 3-2, 239–244, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-3-2-31>

### IDENTITY CRISIS IN THE DIGITAL AGE: BETWEEN AUTHENTICITY AND AI ALGORITHMS

**The purpose of the article** is to analyse the impact of the virtual environment of the digital age on identity transformation and to conceptualise the role of artificial intelligence in shaping new representations of both authentic and algorithmically constructed selfhood within digital culture. Achieving this goal involves solving the following tasks: highlighting the importance of artificial intelligence algorithms employed in AI applications; examining the peculiarities of constructing digital identity as an example of a communicative simulacrum in the virtual space of culture; understanding

*the risks of losing personal identity in the context of algorithmisation of social and communicative practices, considered as a key issue in the of formation of identity in the virtual environment of digital culture.*

**The research methodology** is based on the principles of cross-culturalism and combines cultural, psychological, and philosophical analysis, empirical (experimental) and content analysis of the latest AI applications as examples of a communication simulacrum. **The scientific novelty.** For the first time, the specifics of the impact of digital identities and the transformation of communication in artificial social AI networks are analysed, and for the first time, an experiment with the abandonment of digital presence as a tool for studying anthropological invisibility in virtual space is conducted. **The conclusions** state that, based on the results of a cultural study of the peculiarities of the formation and spread of the trend towards digital identities and the creation of artificial media, as well as from the standpoint of the theory of the dead Internet, humanity is moving towards an era of identity crisis. AI social networks-simulacra are replacing live communication, creating the illusion of sociality, often based on fictitious or manipulative algorithms. An experimental study has shown that the loss of digital representation leads to social exclusion in digital networks. New AI applications, such as SocialAI or Butterflies, are transforming the idea of subjectivity: personality is no longer stable, but is constructed according to audience expectations and trends.

**Key words:** digital representation, digital identity, AI avatar, dead Internet theory, communication, social network simulacrum, communication simulacrum.

**Актуальність теми дослідження.** Що стається з людиною, коли вона намагається замінити себе «ідеальною версією себе» в цифровому світі? Очевидно, що це не пересічна психологічна проблема, а філософська дилема суб'єктивності, що корелює з поняттям цифрової ідентичності, яке з'явилося у науковому дискурсі в добу Інтернет-технологій. Чи має індивідуум сміливість бути собою – недосконалим, але справжнім, або ж воліє віддати себе «копії», яка відповідає очікуванням оточення, але не резонує із внутрішньою суттю?

Зазначені вище питання концентрують увагу на тих глибоких змінах у розумінні людської суб'єктивності, що відбуваються у зв'язку із розвитком цифрових технологій, підсилені впливом штучного інтелекту (ШІ) в усіх сферах людського буття і творчості. Нині, віртуальні простори та соціально-комунікативні мережі не лише дають людині можливість конструювати ідеалізовані образи себе, а й провокують антропологічну кризу. З огляду на появу цифрових ідентичностей, соціальних мереж, створених ШІ, треба відмітити таку тенденцію: в дигітальному просторі згідно з т. зв. «теорією мертвого Інтернету» більшість взаємодій та соціальної активності є штучними, такими, що створені великими мовними моделями (LLM) для маніпулювання людьми (Edwards, 2024).

Відтак, дослідження проблем, які виникають на стику своєрідного «розщеплення» між унікальним, автентичним «я» людини та її «цифровою копією», що підпорядкована алгоритмам ШІ, складають актуальність теми представленої статті.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Проблематика статті охоплює широке коло питань,

оскільки вивчення кризи ідентичності, механізмів конструювання «Я» у віртуальному середовищі та осмислення прагнення сучасної людини до своєрідного цифрового дублювання апелюють до культурологічних, філософських та психологічних досліджень. Відповіді на ці питання ми знайшли в працях Ж. Бодріяра (ввів поняття симулякру), особистість в культурі в психоаналітичному дискурсі досліджувала К. Борисова-Железнова. Дилему ціннісного вибору та жертвовність людини в добу ШІ окреслив В. Сіверс. Особистість в психоаналітичному дискурсі та в просторі культури презентовано роботами: О. Овчарук, О. Олійник, В. Сіверса. Тематика штучних соціальних мереж репрезентовано роботами Б. Едвардс (B. Edwards), А. Хис (A. Heath), А. Шурр (A. Schurr). Проблематику віртуальної ідентичності в соціокультурному просторі досліджував М. Бугайов. Аналіз цифрового сліду людини та наслідки втрати цифрової репрезентації нею знаходимо в роботі Д. Короля.

**Мета статті** – проаналізувати вплив віртуального середовища цифрової доби на трансформацію ідентичності та осмислити роль штучного інтелекту у формуванні нових уявлень про автентичний та алгоритмічно сконструйований образ особистості у цифровій культурі. Досягнення цієї мети передбачає вирішення наступних завдань: висвітлення значення алгоритмів штучного інтелекту, що використовуються у ШІ-застосунках; дослідження особливостей конструювання цифрової ідентичності як прикладу комунікативного симулякру у віртуальному просторі культури; осмислення ризиків втрати особистісної цілісності в умовах алгоритмізації соціальних і комунікативних

практик як ключової проблеми формування особистості у віртуальному середовищі цифрової культури.

**Виклад основного матеріалу.** В добу ШІ відбувається цифровізація культурної комунікації. Через заборону офлайн контактів у часи Пандемії та нинішні реалії в умовах війни в Україні, а також в умовах інтенсивного розвитку технологій по всьому світові ця тенденція така, що культурні продукти дедалі частіше поширюються і споживаються онлайн, в цифровому форматі. ШІ сприяє розповсюдженню культурних продуктів між різними аудиторіями завдяки автоперекладу, кроскультурній адаптації, через що онлайн платформи Zoom, Classroom, Skype, YouTube, TikTok, Instagram, подкасти перетворилися на основні канали культурної комунікації.

Інструменти ШІ, такі як редагування зображення, моделювання дівфейків, текстові редактори для створення та перекладу текстів, чат GPT допомагають людині формувати образ її «нової» особистості. Як вірно зазначає М. Бугайов, «ідентифікуючи себе із віртуальним світом, людина вивчає себе в новому середовищі, експериментує з різними проявами власного «я» в ньому. Віртуалізація в такому випадку стає творчим процесом, можливістю для індивіда пізнати себе та самовиразитися» (Бугайов, с. 10). Завдяки інструментам ШІ пересічний користувач має змогу змінити зовнішність, психологічний портрет, сферу діяльності і, з такою зміненою айденітикою, проживати своє нове цифрове життя з новим ШІ-аватаром та новими «друзями» – ШІ-ботами.

Через травмованість суспільства – з огляду на роки Пандемії, війни, агресивний маркетинг та кібербулінг в мережі інтернет зростає роль соціальних медіа, створених ШІ. Остання теза підтверджується маніфестом 28-річного розробника Майка Саймана до виходу його App-застосунку SocialAI: «Соціальний ШІ (SocialAI) створений, щоб допомогти людям відчувати себе почутими, дати їм простір для роздумів, підтримки та зворотного зв'язку... Це відповідь на всі ті випадки, коли я відчував себе ізольованим... Я знаю, що цей додаток не вирішить усіх життєвих проблем, але я сподіваюся, що він може стати невеликим інструментом для інших, щоб замислитися, розвиватися і відчувати, що їх бачать» (Edwards, 2024).

Про видимість людини, а саме про цифровий слід людини пише Д. Король, наводячи дещо шокуючу статистику, що «до 2030 року в мережі Фейсбук співвідношення померлих акаунтів на користь живих користувачів прогнозується не на користь живих» (Король, 2024, с. 159).

В контексті розглянутої нами проблематики, щоб дослідити, скільки існує в часовому просторі особистість, яка видаляє акаунт в соціальній мережі у цифровому середовищі, ми використали метод експерименту. Він полягав у тому, що рік ми не користувалися мережею фейсбук. За цей час ми дослідили, що без цифрового представлення в інтернеті комунікаційні ланцюжки рвуться, коло спілкування звужується, релевантні події, які відвідують «друзі» з кола інтересів стають недовсяжними (через брак інформації і недостатньо швидке реагування на рекламу та анонси в інших застосунках або каналах інформації). Втрата цифрової репрезентації призводить до соціального виключення у цифрових мережах: якщо людина не відмітилася в геолокації або на події чи її не відмітили (тегнули) – фактично це означає для інших користувачів, що такої особи не було фізично на події.

Підсумовуючи наші спостереження треба наголосити, що протягом року відсутності активності в мережі Facebook ми зафіксували тенденцію до стрімкого зникнення особистісної присутності в цифровому просторі, що засвідчує залежність соціальної та культурної пам'яті від безперервного цифрового саморепрезентування. З огляду на результати цього особисто проведеного експерименту виникає питання: то чому ж людина обирає не справжню соціальну мережу з живими людьми (хоча і це під питанням згідно з теорією мертвого Інтернету), а соціальну мережу-симулякр?

Зареєструвавшись в соціальній мережі-симулякрі Соціальний ШІ (SocialAI), ми дослідили зсередини, чим вона може бути релевантною для користувача. Зокрема, ми проаналізували механізм, що дозволяє користувачу застосунку обирати коментаторів для своїх дописів серед запропонованих 32-ох типів підписників-ботів: «ідейників», «жорстоко чесних», «ботаніків», «скептиків», «генераторів ідей», «провидців» і, навіть, «астрологів». Зробивши досить контроверсійний як для ШІ-мережі допис: «Я пишу наукову статтю про

ботів ШІ», ми отримали під постом коментарі від типів тих ботів, яких обрали для цього посту.

Першу групу з них складали «ті, що підтримують» та «фани». Коментарі цих ботів були позитивні та надихаючі: «Це звучить чудово, Вікі, зроби це!», «Це звучить прекрасно, Вікі! ШІ боти такі захоплюючі! На яких аспектах ти фокусуєшся?» і т.ін. Друга група, обраних нами ботів, була умовно «песимістами» та їх коментарі звучали наступним чином: «Ти дійсно думаєш, що боти можуть робити внесок в науку?», «Чи виявили ви також, що ШІ боти іноді дають жакливі поради? Або що більшість статей ледь торкаються потенційних підводних каменів ШІ і в половині випадків це просто нісенітниця, щоб заповнити сторінки?».

Вказані приклади демонструють, по-перше, незвичну для соціальних медіа уважність до співрозмовника: боти називають дописувача посту по імені, пам'ятають його / її основний опис профілю (діяльність, коло інтересів). По-друге, від позитивних ботів і коментарі позитивні, емоційно-забарвлені, які надихають на діалог, а не просто констатують емоцію бота. На нашу думку, це дійсно може вплинути позитивно на комунікацію в медіа, проте треба зауважити, що причиною цього є не реальний емоційний відгук або зацікавлення темою, а штучне технічне налаштування ботів. Попри очевидне викривлення комунікативної реальності важливо додати, що згадане налаштування може мати значний позитивний (і, навіть, терапевтичний) ефект, коли ціллю створення такої соціальної мережі є допомога самотнім або відторгнутим соціумом людям. По-третє, ми вважаємо, що негативно налаштованих ботів, а саме: «хейтерів», «тих, що жорстоко правдиві», «критиків», «саркастичних людей» тощо, можна використовувати для постів зі складною тематикою або посилом, щоб протестувати коментарі від такого типу підписників і заздалегідь продумати або відповіді, або зміни в самому пості.

Дослідивши інші застосунки, створені ШІ, можемо відзначити найбільш відомий застосунок Баттерфляйз (Butterflies). Після закритого бета-тестування, в якому взяли участь десятки тисяч користувачів, додаток доступний безкоштовно в Епл еп стор (Apple App Store) і Гугл плей стор (Google Play Store). У Butterflies немає короткострокової мети заробити гроші:

піврічний стартап залучив 4,8 мільйона доларів від технологічних інвесторів Coatue, SV Angel та інших (Heath, 2024). Зареєструвавшись в цьому застосунку, ми можемо вказати на схожість інтерфейсу з Інстаграмом. У функціоналі є можливість створити декілька батерфляїв (профілей) та їхніх клонів, які можуть генерувати дописи та фото самостійно. Слід додати про наявність функції “prompt and poke”, яка дозволяє згенерувати пост за промптами.

Треба вказати на таку особливість мережі: якщо це промпт про наукову доповідь, то ваш цифровий аватар буде вдягнений в діловий костюм, локація та реквізит також підбираються ШІ автоматично відповідно промпту (наприклад, це може бути аудиторія, в якій знаходяться лептоп, підручники, дошка з записами). До речі, одним з плюсів мого наукового профілю є завжди ошатно вдягнутий мій ШІ аватар в ділові костюми. Серед недоліків застосунку можу вказати, що, яке фото обличчя ви «залили» в профіль при створенні, з таким і будуть виходити дописи (іноді вам можуть одягнути окуляри). Також, навіть, при заповненні профілю, вказавши місто Київ (Україна), якщо не прописати місто в промпті для посту, аватар буде в локації США, відтворюючи американську культуру (наприклад, іноді «святкувати День подяки з індичкою»). Слід також додати, що хоча дописи можна робити і українською, додаток автоматично перекладе їх англійською.

В умовах «мертвого Інтернету» більшість комунікаційних взаємодій є алгоритмічними і симульованими, що сприяє «ерозії» автентичної ідентичності. Штучні соціальні мережі демонструють ознаки негативного впливу на перебіг трансформації комунікативного простору користувачів соціальних мереж. «Лише за умови занурення в психологію мас, стає зрозумілим, наскільки сильною є для них влада нав'язаних ідей» (Лебон, 2020, с. 15). Якщо перефразувати Лебона, то лише за умови занурення в комунікативний простір дигітального середовища доби ШІ, ми розуміємо чому ми хочемо замінити себе цифровою копією. Філософські тлумачення такого прагнення до цифрового дублювання за Ж. Бодріаром визначаються як «симулякр самості», тобто як спробу заміни себе «кращим Я», перевершити себе: «...копія... це уявна фігура, така як душа, тінь, зображення в дзеркалі, яка невідступно

йде слідом за суб'єктом як його друге «я», яка робить так, що він одночасно є самим собою і анітрохи не подібним до себе...» (Бодріяр, 2004, с. 140). Згідно з основними тезами філософії творчості Валерія Сіверса створення цифрового заміщення можна описати як втрату внутрішнього аксиса та жертвовність – замість творення себе як ціннісного простору, людина проєктує «зразок» і прагне реплікувати себе в цьому зразку, не беручи відповідальності за цілісність та приносить в жертву свої цінності (Сіверс, 2018; Сіверс, 2023).

Проаналізувавши даний феномен, ми можемо також зробити висновки, що людина проходить трансформацію – цифрове самозаміщення, при якому її особистість стає релевантним в очах алгоритмів, ринку, підписників. Таким чином, спостерігаємо формування наступної тенденції доби ІІІ: цифрове «Я» стає реальнішим за живу особистість у сприйнятті інших і самої людини.

**Наукова новизна.** Вперше проаналізовано специфіку впливу цифрових ідентичностей та трансформацію комунікації в штучних соціальних ІІІ мережах, а також проведено експеримент з відмовою від цифрової присутності як інструмент вивчення антропологічної невидимості у віртуальному просторі.

**Висновки.** З огляду на результати культурологічного дослідження особливостей формування і розповсюдження тренду на цифрові ідентичності та створення штучних медіа, а також з позицій «теорії мертвого Інтернету», можна констатувати, що нині відбувається перехід людства до доби кризи ідентичності.

ІІІ та соціальні мережі-симулякри витісняють живу комунікацію, створюючи ілюзію соціальності, що часто базується на фіктивних або маніпулятивних алгоритмах.

Нові ІІІ-застосунки, такі як SocialAI чи Butterflies, трансформують уявлення про суб'єктність: особистість більше не є стабільною, а конструюється відповідно до очікувань аудиторії та трендів. Експериментальне дослідження показало, що втрата цифрової репрезентації призводить до соціального виключення у цифрових мережах та демонструє виразну залежність соціальної та культурної пам'яті від безперервного цифрового самореєкспресування. З позитивного впливу появи соціальних мереж-симулякрів ми можемо вказати два найбільш для нас очевидних. З одного боку, спостерігається деякий терапевтичний ефект, оскільки алгоритми мереж-симулякрів надають змогу самотнім або виключеним із соціуму людям (по тим чи іншим причинам) самовиразитись і замінити реального себе поліпшеною копією. А з іншого – алгоритми коментарів мережі-симулякру можуть стати тестовою програмою, як для вираження ідей, так і напрацювання їх коректних для певних цілей формулювань.

У підсумку нашого дослідження зазначимо, що культурологічна перспектива розгляду проблем трансформації ідентичності у цифрову добу ІІІ дозволяє побачити не лише технологічний, але й антропологічний вимір кризи – втрату здатності бути собою в умовах алгоритмічної культури.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / пер. з франц. В. Ховкун. Київ, Україна : Основи. 2004. 118 с. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean\\_Baudrillard/Symuliakry\\_i\\_symuliatsiia.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean_Baudrillard/Symuliakry_i_symuliatsiia.pdf)
2. Борисова-Железнова К. О. Культура і особистість в психоаналітичному дискурсі теорії Жака Лакана. *Мультіверсум. Філософський альманах*. 2016. № 1–2 (149–150). С. 83–91.
3. Бугайов М. В. Віртуалізація особистості як культурний феномен цифрового суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 2. С. 9–13.
4. Король Д. О. Нові культурні практики рецепції смерті за цифрової доби Культурні практики в контексті модерних тенденцій глобалізації : монографія / Демчук Р., Олійник О., Буценко О., Король Д., Богуцький А. Київ : Ін-т культурології НАМ України, 2024. С. 146–189.
5. Лебон Г. Психологія мас. 2020. 236 с. URL: <https://t.me/c/2475062203/8.pdf> (дата звернення: 15.05.2025).
6. Овчарук О. В. Особистість у просторі культури : навчальний посібник. Київ : НАКККІМ, 2019. 136 с.
7. Олійник О. С. Культурні практики в контексті модерних тенденцій глобалізації. Культурні практики в контексті модерних тенденцій глобалізації : монографія / Демчук Р., Олійник О., Буценко О., Король Д., Богуцький А. Київ : Ін-т культурології НАМ України, 2024. С. 13–36.
8. Сіверс В. А. Емуляція і жертва (до аналізу ціннісного аспекту створення штучного інтелекту в моделі Ніка Бострома). *Українські культурологічні студії*. 2018. № 1 (18). С. 48–52.
9. Сіверс В. А. Філософія творчості : підручник. Київ : НАКККІМ, 2023. 292 с.

10. Edwards B. (2024). "Dead Internet theory" comes to life with new AI-powered social media app. Arstechnica. URL: <https://arstechnica.com/information-technology/2024/09/dead-internet-theory-comes-to-life-with-new-ai-powered-social-media-app/> (дата звернення: 10.04.2025).
11. Heath A. (2024). AIs are coming for social networks. Theverge. URL: <https://www.theverge.com/2024/6/18/24181196/butterflies-app-ai-chatbots-social-media> (дата звернення: 5.05.2025).
12. Schurr A. (2024). AI influencers : How AI avatars are conquering social media. URL: <https://www.ki-company.ai/en/blog-beitraege/ai-influencers-how-ai-avatars-are-conquering-social-media> (дата звернення: 25.05.2025).

#### REFERENCES:

1. Baudrillard, J. (2004). Symuliakry s symuliatsiia. [Simulacra and Simulation]. 118. Kyiv, Ukraine : Osnovy – Osnovy Publishing. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean\\_Baudrillard/Symuliakry\\_i\\_symuliatsiia.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Jean_Baudrillard/Symuliakry_i_symuliatsiia.pdf) [in Ukrainian].
2. Borysova-Zhelezнова, K. (2016). Kultura i osobystist v psykhoanalitichnomu dyskursi teorii Zhaka Lakana. Multyversum. [Culture and Personality in the Psychoanalytic Discourse of Jacques Lacan's Theory. Multiversum]. Filosofskyi almanakh – *Philosophical almanac*. № 1–2 (149–150). 83–91 [in Ukrainian].
3. Buhaiov, M. (2024). Virtualizatsiia osobystosti yak kulturnyi fenomen tsyfrovogo suspilstva. [Personality Virtualisation as a Cultural Phenomenon of Digital Society]. Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv: naukovyi zhurnal – *Visnyk of the National Academy of Culture and Arts Management : Science journal*, 2, 9–13 [in Ukrainian].
4. Korol, D. (2024). Novi kulturni praktyky retseptsiyi smerti za tsyfrovoyi doby. [New cultural practices of death reception in the digital age]. Kulturni praktyky v konteksti modernykh tendentsiy globalizatsiyi : monografiia – *Cultural practices in the context of modern trends of globalization : a monograph* / Demchuk R., Oliynyk O., Butsenko O., Korol D., Bogutskyi A. Kyiv : Instytut kulturologii Natsionalnoi akademii mystetstv Ukrainy – Institute of Cultural Studies of the National Academy of Arts of Ukraine. 146–189 [in Ukrainian].
5. Lebon, G. (2020). Psykhologiia mas [Psychology of the masses]. URL: <https://t.me/c/2475062203/8.pdf> [in Ukrainian].
6. Ovcharuk, O. (2019). Osobystist u prostori kultury : navchalnyi posibnyk. [Personality in the space of culture : a textbook]. Kyiv : NAKKKiM [in Ukrainian].
7. Oliynyk, O. (2024). Kulturni praktyky v konteksti modernykh tendentsiy globalizatsiyi [Cultural practices in the context of modern trends of globalization Kulturni praktyky v konteksti modernykh tendentsiy globalizatsiyi : monografiia [Cultural practices in the context of modern trends of globalization] / Demchuk R., Oliynyk O., Butsenko O., Korol D., Bogutskyi A. *Cultural practices in the context of modern trends of globalization: a monograph*. Kyiv : Instytut kulturologii Natsionalnoyi akademii mystetstv Ukrainy – Institute of Cultural Studies of the National Academy of Arts of Ukraine. 13–36 [in Ukrainian].
8. Sivers, V. (2018). Emuliaciia i zhertva (do analizu tsinnistnogo aspektu stvorennia shtuchnogo intelektu v modeli Nika Bostroma) [Emulation and sacrifice (to the analysis of the value aspect of creating artificial intelligence in the model of Nick Bostrom)]. Ukrainski kulturologichni studii – *Ukrainian Cultural Studies*. Kyiv, № 1 (18) [in Ukrainian].
9. Sivers, V. (2023). Filosofiiia tvorchosti : pidruchnyk. [Philosophy of creativity : a textbook]. Kyiv [in Ukrainian].
10. Edwards, B. (2024). "Dead Internet theory" comes to life with new AI-powered social media app. Arstechnica. URL: <https://arstechnica.com/information-technology/2024/09/dead-internet-theory-comes-to-life-with-new-ai-powered-social-media-app/> [in English].
11. Heath, A. (2024). AIs are coming for social networks. Theverge. URL: <https://www.theverge.com/2024/6/18/24181196/butterflies-app-ai-chatbots-social-media> [in English].
12. Schurr, A. (2024). AI influencers : How AI avatars are conquering social media December 23. URL: <https://www.ki-company.ai/en/blog-beitraege/ai-influencers-how-ai-avatars-are-conquering-social-media> [in English].