

ЦИФРОВА СОЦІОЛОГІЯ ТА ПОСТІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: МЕТОДОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ Й ДОСЛІДНИЦЬКІ ПЕРСПЕКТИВИ

DIGITAL SOCIOLOGY AND POST-INFORMATION SOCIETY: METHODOLOGICAL CHALLENGES AND RESEARCH PERSPECTIVES

Стаття присвячена огляду кількох дискусій в межах цифрової соціології, представлених у працях дослідниць цієї галузевої соціології Д. Лаптон та Н. Маррес. Вони піднімають питання про те, як розвиток нових комунікаційних технологій, у тому числі й соціальних мереж, формує дискурс про цифровізацію життя людини у сучасному світі. При цьому вони критично оцінюють не лише сам цифровізаційний дискурс, але й ставлять під питання вживання поняття «соціальний» по відношенню до технологій, комунікацій та цифрових технологічних рішень, виходячи з традиції соціологічних досліджень та розуміння феномену соціальності (англ. *sociality*). У контексті таких дискусій у статті розглядаються питання у ширшому контексті – переходу від постмодерну до мета- чи постпостмодерну, що сприятиме появі і нового – постінформаційного – суспільства, в якому змінюватиметься природа самої інформації, що також перегукується із дискусіями серед представників цифрової соціології щодо того, чи роблять дані, що їх продукують користувачі соціальних мереж під час їхньої взаємодії, таку взаємодію неодмінно соціальною. У статті вказується на те, що, як пише Н. Негропонте, парадоксальним чином сучасні медіа стали і ширшими, і вузькими водночас у тому розумінні, що сьогодні кількість споживачів-клієнтів може бути зведено до одного користувача, бо зараз ми живемо у добу справжньої персоналізації інформаційних повідомлень. У статті також розглядаються питання про застосування класичних соціологічних теорій до дослідження явищ нового, постінформаційного суспільства, зокрема таких, як цифрове кочівництво, а також розглядаються методологічні виклики, що стосуються як безпосередньо методів дослідження (причому, нетнографії), так і етики досліджень. Представлені у статті етичні питання торкаються дискусій щодо конфіденційності досліджень у цифровій соціології, які обертаються навколо ключового питання розмежування приватної і публічної сфер у цифровому середовищі. Перспективами для подальших досліджень у статті запропоновані питання ціннісних змін постінформаційного суспільства майбутнього, які можна буде дослідити в рамках цифрової соціології. **Ключові слова:** цифрова соціологія, постінформаційне суспільство, методологія суспільствознавчих досліджень, постмодерн,

постпостмодерн, соціальні трансформації, цифровий перехід, діджиталізація, цифровізація, концептосфера, концептологія.

The article presents an overview of several discussions within the field of digital sociology, presented in the works of D. Lupton and N. Marres who published monographs on this topic. They raise questions about how the development of new communication technologies, including social networks, shape the discourse on the digitalization of human life in the modern world. At the same time, they critically evaluate not only the digitalization discourse itself, but also question the use of the term "social" in relation to technologies, communications, and digital technological solutions, based on the tradition of sociological research and understanding of the phenomenon of sociality. In the context of such discussions, this article takes a look on a broader issue – the transition from postmodern to meta- or post-postmodern era, and an emergence of a new – post-information – society, in which the nature of information itself will change, which also echoes discussions among representatives of digital sociology regarding whether the data produced by users of social networks during their interaction make such interaction necessarily "social". The article points out that, as N. Negroponte writes, in a paradoxical way, modern media have become both "broader" and "narrower" at the same time in the sense that today the number of consumers-clients can be reduced to just one user, because now we live in the age of true personalization of informational messages. The article also takes a brief look at the opportunities to apply "classical" sociological theories to study the phenomena of the new, post-information society, e.g. such as "digital nomadism", and also considers methodological challenges related to both research methods (for example, netnography) and research ethics. The ethical issues presented in the article touch on discussions about the confidentiality of research in digital sociology, which, in turn, revolve around the key issue of distinguishing between the private and the public spheres in the digital environment. Issues of how values change in the post-information society of the future, which can be investigated within the framework of digital sociology, are outlined as promising for further research.

Key words: digital sociology, post-information society, social science research methodology, postmodernity, post-postmodernity, social transformations, digital transition, digitalization, sphere of concepts, study of concepts.

УДК 303.1:[316.422:004.7]
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2023.55.5>

Яковлев М.В.

к.політ.н., доцент,
завідувач кафедри міжнародних
відносин,
керівник НОЦ «Школа політичної
аналітики»
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»

Дубас М.О.

аспірант кафедри соціології
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»

Купка О.В.

старший викладач кафедри
міжнародних відносин
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»

Вступ і постановка проблеми у загальному вигляді. Свою книгу, присвячену цифровій соціології, австралійська дослідниця Девора Лаптон у вступі розпочинає з підзаголовку "Life is digital" («Життя – цифрове»). Безпосередньо виклад матеріалу вона розпочинає з рефлексії про те, як цифрові технології «проникли у щоденне життя у розвинених країнах протягом останніх тридцяти років»

[12, с. 1]. Д. Лаптон – не єдина науковиця, яка у своїх публікаціях розмірковує про вплив цифрових технологій на життя людини, але, на відміну від багатьох інших наукових дисциплін, саме в соціології постав і активно розвивається окремий напрям – цифрова соціологія. Звісно, ніщо не заважає говорити про цифрову філософію [24], цифрову політологію, цифрову біологію [17] чи цифрову психологію

(2020 р. був започаткований окремий фаховий журнал під назвою “Digital Psychology” – «Цифрова психологія» [10], головними редакторами якого стали науковці з Медичного університету Відня), однак цілком очікувано, що саме соціологи мають право, як це робить Д. Лаптон, заявити про те, що, «ми живемо у цифровому суспільстві» [12, с. 2], навіть якщо ми не помічаємо цього або відмовляємося це визнавати. У цьому контексті австралійська дослідниця робить цікаве зауваження: «Деякі соціологи висувають припущення, що в умовах, коли різні актори та організації можуть аналізувати соціальні дані (англ. social data) з цифрових джерел, твердження соціологів про їхній найвищий рівень знання і дослідження суспільного життя і доступу до соціальних даних можна сміливо піддати сумніву» [12, с. 5]. Отже, щоб не втратити наріжну фахову компетентність у лідерстві з дослідження суспільства, саме соціологи мають активно розвивати такий напрям, як *цифрова соціологія*. Як і з багатьма напрямками досліджень, особливо у процесі становлення нової галузі, це не єдиний термін, який трапляється у публікаціях. Болгарська соціологиня Марієта Хрїстова у своїй статті, присвяченій цифровій соціології та її просуванню в Болгарії, на першій же сторінці ставить питання про те, чому дедалі більше науковців говорять саме про *цифрову соціологію*, а не, скажімо, про *кіберсоціологію*, *соціологію інтернету*, *соціологію цифрового світу*, *соціологію цифрового суспільства*, *соціологію соціальних чи нових медій* [1, с. 111]. Прикладом такого вжитку з інших дисциплін може бути термін «кіберпсихологія» [15]. Запропоноване М. Хрїстовою пояснення досить просте: з початком досліджень у цій царині з 1990-х рр. популярними були терміни із префіксом *кібер-* та відповідні словосполучення, але «пізніше термін «дигітальний/цифровий» все частіше використовувався для позначення як дедалі більшого обсягу матеріалів, що перетворюються на цифрові формати, так і технологій, пристроїв та інструментів, які використовують і читають ці формати. З цієї причини термін «цифрова соціологія» починає витісняти інші терміни» [1, с. 112]. Оскільки термінологічні нюанси не є предметом розгляду нашої статті, ми пропонуємо прийняти таке пояснення і в подальшому вживати саме словосполучення *цифрова соціологія*, розгляду проблематики і методів якої буде присвячена ця стаття.

Мета статті – виокремити методологічні виклики та окреслити дослідницькі перспективи цифрової соціології у постінформаційну добу.

Виклад основного матеріалу. Якщо наше життя – цифрове, як про це пише Д. Лаптон, то в якому суспільстві ми живемо? Чи означає це автоматично, за замовчуванням, що ми

живемо у цифровому суспільстві та у цифрову добу? Багато дослідників і мислителів згодні з тим, що людство рухається до нової епохи [29], на позначення якої використовуються такі терміни, як *метамодерн*, *постпостмодерн* [7] або *цифровий модерн* [20]. Суспільство цієї епохи також називають по-різному – *постінформаційне суспільство* [9] або *smart-суспільство* [23]. Дослідники відзначають, що зі стрімким розвитком комунікаційних технологій змінюється природа інформації, яка стає доступною дедалі більшій кількості людей у всьому світі, проте її якість і природа також змінюються. Загострюються питання ідентичності, політичні дискусії набувають нових форм, зокрема у вигляді радикальної культури скасування (англ. cancel culture). Вочевидь, усі ці питання заслуговують на увагу суспільствознавців.

Професорка Центру міждисциплінарних методологій Університету Ворвіка Ноортє Маррес свою книгу про цифрову соціологію починає з цитати-епіграфу про те, що не все, що називається соціальним, є насправді соціальним тільки через свою назву [14, с. 71]. Другий розділ її книги називається «Що робить цифрові технології соціальними?». На першій же сторінці цього розділу вона, крім іншого, пише: «Цифровим технологіям приписують вражаючу потужність, коли йдеться про створення, маніпулювання та розробку соціальних зв'язків» [14, с. 71]. Далі вона пише про сучасний тренд позначати багато явищ, і не лише технології і мережі, соціальними, як, приміром, соціальну економіку, що, на її думку і думку експертів, є наслідком комп'ютеризації соціального чи суспільного (англ. social) життя [14, с. 71]. У цьому контексті Н. Маррес зауважує, що це більшою мірою є прийомом риторики, але справді помітна тенденція прокладати зв'язки між цифровими технологіями та «соціальним» чи «соціальністю» (англ. sociality) [14, с. 72]. Далі вона наводить позицію, яку варто розглянути детальніше: «Водночас соціальна фаза в цифрових інноваціях кидає соціології особливий виклик: зокрема, саме вона закинула ідеї про «соціальне», які суперечать соціологічному розумінню того, що, зрештою, є їх основною проблематикою, а поширені дискурси про соціальні медіа та соціальні технології свідчать про те, що цифрові технології лише нещодавно стали соціальними і з соціологічної точки зору це є абсолютно дивним і навіть просто неправдоподібним» [14, с. 73]. Перший аргумент Н. Маррес полягає в тому, що соціологічні дослідження соціальних аспектів обчислювальних технологій (англ. computational technologies) і безпосередньо дослідження з використанням обчислювальної техніки з використанням відповідних для цього масивів даних тривали вже

десятиліттями, а отже, з точки зору практики суспільствознавчих досліджень і цифрові технології, і медіа у такому розумінні вже були *соціальними* задовго до появи медіа, які отримали назву «соціальні» [14, с. 73]. Далі вона пише про те, що самі поняття «соціальні технології» та «соціальні медіа», на думку соціологів, є хибними, і цитує Колдрі і Ван Дейка, які стверджували, що соціальні медіа варто називати антисоціальними, бо в їх основі немає цінностей соціальності, бо те, що в них є, як особлива *організація соціальності* насамперед «служить цілям цифрових індустрій та їхнім клієнтам, а не громадам та іншим суспільним групам» [14, с. 74]. Хорватська дослідниця М. Галант у своїй статті, присвяченій впливу соціальних мереж на ментальне здоров'я, доходить висновку, що однією з причин депресій є те, що «молоді люди живуть у віртуальному світі та постійно нехтують справжніми родинними та дружніми стосунками» [5, с. 134]. Хоча цей аргумент і є більше психологічним, ніж соціологічним, він все ж вказує на те, що обмін інформацією у віртуальному середовищі не компенсує соціальність аналогового світу [16].

Повернімося до праці Н. Маррес, в якій вона розвиває думку про те, що з боку експертів з технологій аргументи на користь соціальності різних додатків і платформ є дуже технічними і в них йдеться саме про технологічні властивості «цифрових інфраструктур, приладів (англ. devices) і практик» [14, с. 75], а також про те, що продукований користувачами контент і соціальне мережування ніби імітує соціальність [14, с. 75]. Після цього Н. Маррес переходить до аргументів про те, що у соціальних мережах учасники не лише споживають медійний контент, не лише є пасивними спостерігачами, а через свої коментарі, дописи та участь у дискусії можуть створювати спільноти, робити колективні дії тощо. Свою контраргументацію вона засновує на питанні про те, чи *дані* самі по собі роблять цифрові медіа технології соціальними [14, с. 78]. На нашу думку, під час відповіді на це питання важливо врахувати і *типи даних*: дослідження великої кількості інформації, яку можна зібрати про людину та її цифрову поведінку, заслуговують на увагу не лише у маркетингових цілях для успішного таргетування товарів, а також і для кращого розуміння особливостей цифрової взаємодії людей. Це питання набуває особливої актуальності, якщо зважати на те, що зараз людство, на думку деяких вчених, переходить від інформаційного до постінформаційного суспільства, в якому роль і значення інформації та її приroda будуть змінюватися.

Н. Негропonte в окремому розділі своєї книги про те, що означає «бути цифровим», який він назвав «Постінформаційна ера», пише про те, що, по-перше, перехід від постіндустрі-

альної епохи до інформаційної обговорювався так довго, що ми не помітили, як зараз триває перехід до постінформаційної [19, с. 163], а, по-друге, що парадоксальним чином сучасні медіа стали і ширшими, і вужчими водночас у тому розумінні, що сьогодні кількість споживачів-клієнтів може бути зведеною до одного користувача, тому зараз ми живемо у добу справжньої персоналізації інформаційних повідомлень [19, с. 164]. У контексті наведених вище питань, що їх у своїй книзі про цифрову соціологію поставила Н. Маррес, дослідження нової атомізації суспільства, застосування теорій класичної соціології до осмислення нових явищ може сформулювати окремий дослідницький напрям. Напрацювання класиків соціології не втрачають актуальності і в (пост) сучасному світі, який є дуже строкатим. Наприклад, дослідник з Ірану у своїй статті 2018 р. вивчає питання про те, чи дослідження суїциду Е. Дюркгайма можна застосовувати для кращого розуміння сучасних актів самоспалення жінок в Азії [21], інший дослідник з Італії аналізує, як дослідження соціального дистанціювання Е. Гоффмана дозволяють розуміти феномен дистанціювання, викликаного пандемією COVID-19, вводячи поняття «інтеракційна анонія» [22]. Ми наводимо такі контрастні приклади для ілюстрації того, що дослідження постінформаційного суспільства у межах цифрової соціології не означатиме, що актуальність втрачатимуть інші, зокрема аналогові, теми. Утім, можливості переосмислення соціологічних теорій для дослідження нових феноменів відкривають перед дослідниками новий і перспективний напрям.

Якщо способи спілкування і створення зв'язків між учасниками соціальних мереж, як видно з викладу Н. Маррес, можна ставити під сумнів як складову частину соціальності і, принаймні згідно з її логікою, вважати не стільки соціальними в розумінні цінностей, як соціальними в плані залучення великої кількості людей до продукування і споживання різного контенту, то, можливо, варто звернути увагу на інші зміни, які важко не назвати «соціальними». Н. Негропonte пише: «Подібно до того, як гіпертекст усуває обмеження друкованої сторінки, постінформаційна ера усуне обмеження географії. Цифрове життя включатиме все меншу залежність від перебування в певному місці в певний час, і передача самого місця стане можливою» [19, с. 165]. Нові технології дозволяють людям не бути прив'язаними до конкретного фізичного місця роботи, а висококваліфіковані спеціалісти, яким для роботи потрібен лише комп'ютер і стабільний інтернет-зв'язок, можуть працювати з будь-якої точки світу, постійно переїжджаючи. На позначення таких людей існує навіть термін – *цифрові кочівники* (англ. digital nomads).

Французький дослідник Ф. Ваші з Університету Париж-Декарт (Париж V) пише про *цифрове кочівництво* (фр. *nomadisme numérique*) саме як про нову форму соціальності (фр. *une nouvelle forme de socialité*). У своїй статті, присвяченій цьому феномену, він також торкається і змін цінностей, у тому числі і роботи (праці) як цінності, що для постмодерної ери поєднується з гедонізмом [27]. Звісно, як і багато інших концепцій, саме поняття цифрового кочівництва також піддається сумнівам, як, приміром, у статті іншого французького дослідника з Університету Прованса Т. Гобера, який пише: «Кочівництво є частиною міфів спільноти, що не відповідає дійсності в сучасних і постмодерних суспільствах» [6, с. 8]. Водночас саме ці приклади наукових дискусій вказують на те, що новий стиль життя, зміни ставлення до роботи, вплив цих явищ на наукове осмислення нових форм соціальності є важливим предметом для розгляду. Хорватські науковці І. Іванкович та М. Фійоліч дослідили, як цифрові кочівники представлені у соціальних медіа саме у Хорватії, яка внаслідок змін у своєму законодавстві стала для таких кочівників привабливою [8]. Хоча їхній аналіз різних соціальних медіа не заглиблюється у теоретичні опрацювання самого феномена, вони показують, що схвальне сприйняття такого стилю життя і сприятливе законодавство в країні створює дуже позитивний образ цифрового кочівництва. Канадські дослідники К. Бонно та Л. Енел, класифікуючи типи робіт, які виконують цифрові кочівники, пишуть про те, наскільки багато різних чинників, у тому числі і зусиль з боку самих фахівців, мають бути забезпечені для того, щоб виконувати їхню роботу ефективно [3]. Це свідчить про те, що розгляд умов праці для тих, хто задіяний у новому, цифровому способі життя, також буде актуальною темою подальших досліджень, не кажучи вже про те, що забезпечення їхніх прав може бути предметом майбутнього політичного порядку денного.

Справедливим видається питання про те, чи дослідження постінформаційного суспільства та ролі людини в ньому в межах цифрової соціології означатиме розробку нових дослідницьких методів. Критично розглядаючи це питання, данський науковець з Університету Ольборгу А.К. Мунк пише, що у разі застосування різних методів досліджень ідеться про нове використання вже наявних методів, але критичного аналізу потребує те, що саме ми можемо одержати за допомогою аналогових методів і чи не втратимо ми при цьому розуміння нюансів досліджуваних нами явищ [18, с. 31]. Як і цифрові методи для отримання знань про нові зміни у суспільстві у цифровому аспекті, так і поширення знання про них будуть, вочевидь, актуальними. Вже згадана

болгарська дослідниця М. Хрїстова пише про те, що важливо використовувати різні цифрові інструменти для поширення соціологічного знання [1, с. 113], що також видається актуальним у часи постінформаційного суспільства, коли інформація стає дедалі більш доступною, однак проблеми її якості та достовірності є дуже гострими.

Повернімося до питання про методи дослідження цифрової соціології. Американський учений Р. Козинець ввів поняття нетнографії, що складається з двох слів – «інтернет» (*inter[net]*) і «етнографія» (*ethnography*). Ця методологія дозволяє вивчати поведінку та взаємодію людей в онлайн-спільнотах, соціальних медіа, онлайн-форумах тощо. Ідея нетнографії полягає в тому, щоб застосовувати етнографічні методи дослідження в онлайн-середовищі. В одному зі своїх досліджень Р. Козинець аналізував онлайн-спільноту, в якій клієнти мережі кав'ярень обмінювалися враженнями щодо відвідування закладів. Проаналізувавши повідомлення, дослідник сформував уявлення щодо вподобань та бажань клієнтів відповідної мережі, і таке дослідження навіть допомогло «Starbucks» у розробці нових продуктів та залученні нових клієнтів. Таким чином, можна припустити, що аналіз обміну досвідом та обміну враженнями онлайн дозволяє краще вивчити особистість людини та (в такому випадку) використати отримані результати в маркетингу [11, с. 61–62].

Як і у випадку будь-яких досліджень, щодо етики цифрових досліджень тривають палкі дискусії, одним з ключових питань яких є те, які онлайн-простори (ідеться про платформи та дані на них) можна вважати публічними, а які – приватними. У відповідь на це питання одні вчені зосереджуються на технічній доступності інформації та визначають інтернет як велику публічну сферу. Досить поширеним є твердження, що деякі простори в Інтернеті можна вважати суспільним надбанням, і тому все, що там розміщено, можна вважати «природними даними» і використовувати без жодних запитів [25, с. 471] «Важливо визнати, що будь-яка особа, яка використовує Інтернет, має знати, що ця система за своєю основою та визначенням є механізмом для зберігання та передачі інформації. Деякі учасники (користувачі) сподіваються на конфіденційність, але це неможливо» [28, с. 207]. Інші дослідники вважають, що самі користувачі, хоч і прагнуть конфіденційності, розуміють, що її порушення є неминучим. Дослідник Д. Тредвел пише, що більшість інтернет-контенту ближча до неформальних дискусій або роздумів вголос, ніж до стійких думок, які були опубліковані з умислом [26, с. 51]. Дослідники також пропонують зосередитися не на приватності чи публічності інформації в мережі (бо очевидно, що вона

не є приватною), а на очікуванні людей, їхній чутливості та вразливості, а також на тому, як дослідники можуть діяти так, щоб досягти максимуму користі і при цьому завдати мінімуму шкоди [13, с. 4]. До цього додаються і спроби розглянути трансформації цінностей, що впливають на формування цифрової етики [2; 4]. Поряд із цими дискусіями виникають також питання щодо безпеки зберігання даних – формату, у якому вони зберігаються, їх розташування та тривалості зберігання. Відповідно, у цих методологічних та етичних дискусіях ми бачимо відголоски тих питань про *соціальність* у цифровій соціології, які розглядалися на початку статті.

Висновки. У працях дослідниць цифрової соціології Д. Лаптон та Н. Маррес піднімаються питання про те, як розвиток нових комунікаційних технологій, у тому числі й соціальних мереж, формує дискурс про цифровізацію життя людини у сучасному світі. При цьому вони критично оцінюють не лише сам цифровізаційний дискурс, але й ставляють під сумнів вживання поняття «соціальний» щодо технологій, комунікацій та цифрових технологічних рішень, виходячи з традиції соціологічних досліджень та розуміння складного феномену соціальності (англ. *sociality*). У контексті таких дискусій питання суспільствознавчих досліджень заслуговують на розгляд у ширшому контексті – переходу від постмодерну до мета- чи постпостмодерну, що сприятиме появі і нового – постінформаційного – суспільства, в якому змінюватиметься природа самої інформації. Такі дискусії перегукується із дискусіями серед представників цифрової соціології щодо того, чи роблять дані, що їх продукують користувачі соціальних мереж під час їхньої взаємодії, таку взаємодію неодмінно соціальною. Як пише Н. Негропonte, парадоксальним чином сучасні медіа стали і ширшими, і вужчими водночас у тому розумінні, що сьогодні кількість споживачів-клієнтів може бути зведеною до одного користувача, бо зараз ми живемо у добу справжньої персоналізації інформаційних повідомлень. Варто також відзначити, що класичні соціологічні теорії можуть бути застосовані до дослідження явищ нового, постінформаційного суспільства, зокрема таких, як цифрове кочівництво. Етичні питання цифрової соціології торкаються дискусій про конфіденційність досліджень, які обертаються навколо ключового питання розмежування приватної і публічної сфер у цифровому середовищі.

Перспективи подальших досліджень. Методологічні виклики, що стосуються як безпосередньо методів дослідження цифрової соціології (приміром, нетнографії), так і етики наукової роботи, заслуговують на подальші наукові розвідки. Перспективними для подаль-

ших досліджень також можуть бути питання ціннісних змін постінформаційного суспільства майбутнього, які можна буде розглядати у рамках цифрової соціології.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Христова М. Дигиталната социология като нова практика и стандарт в обучението по социология. *Научни трудове на УНСС – Университет за национално и световно стопанство*. 2018. Том 1. С. 111–123.
2. Balladares-Burgos J., Jaramillo-Baquerizo C. Valores para una ética digital a partir de las generaciones digitales y el uso de las redes sociales: una revisión de la literatura. *593 Digital Publisher CEIT*, No. 7(1). 2022. P. 40–52. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.1.747>
3. Bonneau C., Enel L. Caractériser le métatravail des nomades numériques : un préalable à l'identification des compétences requises. *Lien social et Politiques*. Number 81, 2018, P. 138–155. <https://doi.org/10.7202/1056308ar>.
4. Cova Fernández E.J. Derechos Humanos y Derechos Digitales en la Sociedad de la Información. *Revista DH/ED: derechos humanos y educación*. N. 6. 2022. P. 61–80.
5. Galant M. Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje. *Psychē*. 2020. Vol. 3 (1). S. 131–145. URL: <https://hrcak.srce.hr/273229>.
6. Gobert T. Mobilité, portabilité, transfert, migrations et navigation numériques : un nomadisme? *Mobilités numériques*, Ax-les-Thermes : Ludovia, N. 08/2011.
7. Gumenyuk T. Overcoming the modern socio-cultural crisis – from postmodern to post-postmodern: Theoretical aspects. *International Journal of Criminology and Sociology*. Vol. 10. 2021. P. 745–752. URL: <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2021.10.88>.
8. Ivanković I., Fijolić M. Digitalni nomadi u Hrvatskoj i njihov prikaz u novim medijima. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, Vol. 13 No. 1. 2022. S. 37–47.
9. Janin H. The Post-Information Society. *The Virginia Quarterly Review*, Vol. 70 (1). 1994. P. 38–50. URL: <http://www.jstor.org/stable/26438401>.
10. Kothgassner O.D., Felnhofer A. Editorial. Digital Psychology as a Growing Field of Research. *Digital Psychology. Digital Psychology*. Vol. 1. Is. 1. 2021. P.1. DOI: 10.24989/dp.v1i1.1852.
11. Kozinets R.V. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*. Vol. 39. 2002. P. 61–72.
12. Lupton D. *Digital Sociology*. Routledge, 2014. 236 p.
13. Markham A.N., Buchanan E. Ethical Decision-Making and Internet Research, Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee. Version 2.0. 2012. URL: <http://aoir.org/reports/ethics2.pdf>.
14. Marres N. *Digital Sociology: The Reinvention of Social Research*. Polity, 2017.
15. Miljković Krečar I. Cyber psihologija – pregled ključnih istraživačkih područja i nalaza. *Suvremene teme: međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti*. Vol. 13 No. 1. 2022. S. 11–25. URL: <https://doi.org/10.46917/st.13.1.1>.

16. Montag C., Elhai J. D. A new agenda for personality psychology in the digital age? *Personality and Individual Differences*. Vol. 147. 2019. P. 128–134. doi:10.1016/j.paid.2019.03.04.
17. Morris R.W. Digital Biology: An emerging and promising discipline. *Trends in Biotechnology*. 2005. Vol. 23 (3). P. 113–117. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tibtech.2005.01.005>.
18. Munk A.K. Genanvendt: Et kritisk tilbageblik på digitale metoders. Konsekvenser for Kontroverskortlægningen. *Dansk Sociologi. Tema: Digitale Metoder*. Vol. 29 (1). 2018. P. 15–35. URL: <https://doi.org/10.22439/dansoc.v29i1.5722>.
19. Negroponte N. Being Digital. Alfred A. Knopf Inc. 1995. 243 p.
20. Pressman J. Digital Modernism: Making It New in New Media. Oxford University Press, 2014. 224 p.
21. Rezaeian M. Does Durkheim's Theory Hold any Truths for Modern Day Self-Immolation? A Review on the Literature. *BAU Journal – Health and Wellbeing*. Vol. 1: Iss. 1. Article 6. 2018. DOI: <https://doi.org/10.54729/2789-8288.1015>.
22. Romania V. Interactional Anomie? Imaging Social Distance after COVID-19: A Goffmanian Perspective. *Sociologica*. Vol. 14 (1). 2020. P. 51–66. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/10836>.
23. Rochman G.P., Chofyan I., Sakti F. Understanding the smart society in rural development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. Vol. 447 (1), 012016. 2020. URL: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/447/1/012016>.
24. Šuran F. Quo Vadis Digitalis Homine? Digital Philosophy and the Universe. *In medias res*. Vol. 8 (15). 2019. P. 2375–2384. URL: <https://hrcak.srce.hr/225459>.
25. Tiidenberg K. Ethics in digital research. *SAGE Handbook for Qualitative Data Collection*. 2018. P. 466–481.
26. Treadwell D. Introducing Communication Research: Paths of Inquiry (2nd ed.). Los Angeles : Sage, 2014.
27. Vachey F. Le nomadisme numérique communautaire, un nouvel art de vivre? *Interfaces numériques*. Vol. 1 (2). 2012. URL: <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.2289>.
28. Walther J.B. Research ethics in Internet enabled research: Human subjects issues and methodological myopia. *Ethics and Information Technology*. Vol. 4 (3). 2002. P. 205–16.
29. Yousef T. Modernism, Postmodernism, and Metamodernism: A Critique. *International Journal of Language and Literature*. June 2017. Vol. 5. No. 1. P. 33–43. DOI: 10.15640/ijll.v5n1a5.