Філософія

УДК 141.7:316.77

DOI https://doi.org/10.5281/zenodo.18889138

Вуаєризм як естетична та комунікативна практика формування ідентичності в цифровій культурі

Паньків Олеся Василівна,
кандидат філософських наук, доцент,
кафедра гуманітарних дисциплін,
Львівська національна музична академія імені М. Лисенка,
кафедра теоретичної та практичної психології,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна, https://orcid.org/0000-0003-2081-4792

Прийнято: 18.02.2026 | Опубліковано: 28.02.2026

Анотація. *Метою статті є філософсько-культурологічне осмислення цифрового вуаєризму як багатоаспектної соціокультурної практики, що трансформувалася з маргінальної психопатологічної девіації в нормалізований механізм цифрової комунікації та естетики. Особливу увагу зосереджено на з'ясуванні того, як алгоритмічний нагляд, медіапосередництво та економіка візуального капіталу впливають на формування ідентичності й структурування соціальних ієрархій у мережевому суспільстві.* ***Методи.*** *Дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, що поєднує методи системного аналізу, герменевтики, порівняльно-філософської інтерпретації та критичного аналізу візуальної культури. Теоретичну основу становлять психоаналітичні концепції (З. Фройд, Ж. Лакан), соціофілософські моделі влади й погляду (Ж.-*

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

П. Сартр, М. Фуко, Г. Дебор), медіатеоретичні підходи до дослідження мережевого суспільства та екранної культури (М. Кастельс, К. Калверт, І. Зубавіна, К. Батаєва), а також нейронаукові дослідження механізмів візуального сприйняття (В. Рамачандран, Л. Піготт та ін.). ***Результати.*** *Встановлено, що у цифрову епоху вуаєризм набуває статусу легітимної та інституціоналізованої практики, інтегрованої в логіку соціальних платформ. Гаджети функціонують як «вікна в чуже життя», формуючи режим постійної взаємної видимості. Алгоритмічні механізми рекомендацій і ранжування контенту посилюють ефект «погляду Іншого», перетворюючи приватність на ресурс символічного та економічного обміну. Нейрофізіологічні чинники зумовлюють привабливість візуального споглядання, оскільки цифрові образи активують системи винагороди мозку, стимулюючи повторювані моделі поведінки. Унаслідок цього формується новий тип суб'єктивності, залежний від зовнішнього підтвердження та алгоритмічної оцінки.* ***Висновки.*** *Визначено, що цифровий вуаєризм виступає не лише наслідком технологічної прозорості, а й фундаментальним механізмом конструювання ідентичності в умовах тотальної візії. Він поєднує добровільну самоекспозицію з дисциплінарними формами влади, стираючи межі між приватним і публічним. Цифрова видимість постає як нова форма соціального контролю, що трансформує природу бачення з фізичного акту на культурно й алгоритмічно детермінований режим існування.*

Ключові слова: *вуаєризм, тотальна візія, цифрова культура, цифровий ексгібіціонізм, ідентичність, суспільство нагляду, алгоритмічна медіація, візуальний капітал.*

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Voyeurism as an aesthetic and communicative practice of identity formation in digital culture

Olesia Pankiv,
PhD in Philosophy, Associate Professor,
Department of Humanitarian Disciplines,
Lviv National Music Academy named after Mykola Lysenko
Department of Theoretical and Practical Psychology,
Lviv Polytechnic National University
Lviv, Ukraine, https://orcid.org/0000-0003-2081-4792

Abstract. *The purpose of the article is to offer a philosophical and cultural examination of digital voyeurism as a multifaceted sociocultural practice that has evolved from a marginal psychopathological deviation into a normalized mechanism of digital communication and aesthetics. Particular attention is given to how algorithmic surveillance, media mediation, and the economy of visual capital shape identity formation and social hierarchies in network society. The study employs an interdisciplinary approach combining systemic analysis, hermeneutics, comparative-philosophical interpretation, and critical analysis of visual culture. The theoretical framework draws on psychoanalytic concepts (S. Freud, J. Lacan), socio-philosophical models of power and the gaze (J.-P. Sartre, M. Foucault, G. Debord), media-theoretical perspectives on network society and screen culture (M. Castells, C. Calvert, I. Zubavina, K. Batayeva), and neuroscientific research on visual perception mechanisms (V. Ramachandran, L. Pigott et al.). The findings show that in the digital era voyeurism acquires the status of a legitimate and institutionalized practice embedded in the logic of social platforms. Gadgets serve as "windows into someone else's life," creating a regime of constant mutual visibility. Algorithmic recommendation and content-ranking mechanisms intensify the effect of the "gaze of the Other," converting privacy into a resource of symbolic*

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

and economic exchange. Neurophysiological factors explain the attractiveness of visual contemplation, as digital images activate the brain's reward circuits and reinforce repetitive behavioral patterns, resulting in a new form of subjectivity dependent on external validation and algorithmic evaluation. The conclusions establish that digital voyeurism is not merely a byproduct of technological transparency but a fundamental mechanism of identity construction under conditions of total vision. It intertwines voluntary self-exposure with disciplinary forms of power, erasing the boundaries between private and public. Digital visibility emerges as a novel form of social control that transforms seeing from a physical act into a culturally and algorithmically mediated mode of existence.

Keywords: *voyeurism, total vision, digital culture, digital exhibitionism, identity, surveillance society, algorithmic mediation, visual capital.*

Постановка проблеми. Сучасний цифровий простір постає ареною зіткнення протилежних прагнень людини - свободи та безпеки. У суспільній свідомості сформувався образ інтернету як «території свободи», і це сприйняття не є випадковим. «Декларація незалежності кіберпростору» Джона Барлоу підкреслює таку можливість [1]. Глобальна мережа перетворилася на простір функціонування універсальних комунікаційних платформ: соціальних мереж, форумів, блогів - середовища, де поступово стираються межі між приватним і публічним. Водночас посилюється рівень відкритості суб'єктів у цифровому просторі. Ця динаміка суттєво трансформує традиційні способи людської взаємодії. Будь-який гаджет стає «вікном в чуже життя». Людина постійно перебуває під «поглядом Іншого», що веде до патологічних станів залежності від спостереження та демонстрації. Ця ситуація сприяє поширенню цифрового вуаєризму - феномену, який історично асоціювався з прихованим та забороненим спостереженням. Будучи терміном, що походить із галузі психології та психопатології, він зазнав значного розширення, виходячи за межі вузькопрофесійних контекстів у позначення ширшої соціокультурної

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

практики. У цифрову епоху він набув статусу легітимної естетичної та комунікативної практики. Вуаєризм проник у різні аспекти онлайн-існування - від пасивного споживання візуального контенту до активного споглядання за іншими в мережі.

Центральним дослідницьким питанням цієї статті є: як трансформація вуаєризму з девіантної психологічної практики у нормалізований інструмент цифрової комунікації та естетики трансформує процес формування ідентичності та структурування соціальних ієрархій в умовах алгоритмічного нагляду?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичний фундамент дослідження базується на міждисциплінарному підході. Психоаналітичний підхід представлений концепціями З. Фройда та розвинені Ж. Лаканом [2], який пов’язав вуаєризм із «скопофільним потягом» та «стадією дзеркала» - процесом формування ідентичності через ототожнення з об'єктом спостереження. Цей підхід заклав підґрунтя для подальшого аналізу вуаєризму як структури бажання та механізму конструювання суб’єкта. Соціофілософський підхід представлений положенням Ж.-П. Сартра де «погляд Іншого» постає чинником об’єктивації суб’єкта, що відкриває вимір взаємного спостереження. М. Фуко [3] у концепції паноптицизму обґрунтував модель дисциплінарної влади, де нагляд стає інструментом соціального контролю. Ідеї Г. Дебора про «суспільство спектаклю» актуалізували проблему візуального домінування як способу соціального структурування, а праці С. Зонтаг розкрили трансформацію реальності у фотографічний образ, що підлягає естетизації та споживанню. М. Кастельс [4] у дослідженнях мережевого суспільства окреслив нові конфігурації влади та приватності в цифрову добу. Медіатеоретичний напрям розширює класичні підходи через аналіз візуальної культури та медіапосередництва. У своїй праці «Нація вуайєристів: медіа, приватність та взаємне спостереження в сучасній культурі» Клей Калверт запропонувала концепцію вуаєризму як способу

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

опису ситуації, в якій медіа виступають посередником у процесі споглядання [5]. Українські дослідниці К. В. Батаєва [6] та І. Б. Зубавіна [7] розвивають цю проблематику в контексті соціальної візуалістики та онтології екранної культури, акцентуючи на тотальній присутності рухомого зображення та його впливу на сприйняття реальності. Нейронауковий підхід, інтегрований у гуманітарний дискурс, представлений у працях В. Рамачандрана [9], Л. Піготт [10], які досліджують нейронні механізми сприйняття образів, дофамінергічні системи винагороди та нейропластичність, що пояснює привабливість візуального контенту та формування повторюваних моделей цифрового споглядання.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Попри значну кількість досліджень вуаєризм залишається недостатньо осмисленим феноменом, багато вимірів якого досі не мають остаточних відповідей. По-перше, нез'ясовано, чи є вуаєризм у цифрову епоху лише наслідком технологічної видимості, чи він виступає активним механізмом, що радикально змінює природу суб'єктивності. Водночас невизначено, як індивіди можуть зберегти інтеріорність та автентичне «Я», коли їхня ідентичність одночасно формується алгоритмічним поглядом, соціальними трендами та компульсивною самоекспозицією. Крім того, наявна проблема балансування потреб внутрішнього простору особистості зі зростаючим тиском на універсальну видимість все більше пріоритизує стандартизовані способи споглядання та самопрезентації. Зрештою, неоднозначними є етичні та онтологічні наслідки цифрового вуаєризму, особливо враховуючи те, що особисте самовизначення трансформується у дедалі більш багатовимірне, реляційне та транскультурне явище.

Формулювання цілей статті. Метою статті є філософсько-культурологічне осмислення цифрового вуаєризму як багатоаспектної практики, що трансформує ідентичність мережевого суб'єкта, з акцентом на нейроекранологічні механізми втрати інтеріорності, алгоритмічний контроль

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

та економіку візуального капіталу, а також визначення шляхів відновлення внутрішньої автономії та етичної відповідальності суб'єкта в умовах компульсивної видимості.

Для досягнення цієї мети визначено такі завдання:

1. Проаналізувати трансформацію вуаєризму від маргінальної патології до нормалізованого соціокультурного механізму, виокремивши естетичний аспект та його роль у формуванні фрагментарної ідентичності.
2. Розкрити механізми алгоритмічної медіації, економіки візуального капіталу та нейроекранологічних процесів, що зумовлюють втрату інтеріорності та дифузію «Я».
3. Звернути увагу на етичні наслідки тотальної візії та відповідальності перед Іншим.

Методи дослідження. У статті використано критичний та компаративний метод з метою зіставлення класичних і сучасних концепцій вуаєризму. За допомогою історико-філософського аналізу та герменевтичної реконструкції концептів продемонстровано зв'язок між традиційними уявленнями про погляд та приватність і сучасними формами цифрового вуаєризму. Дискурсивний аналіз застосовано для виявлення точок дотику психоаналітичного, соціально-філософського та медіатеоретичного підходів, а також акцентується увага на потенційних етичних загрозах і проблемах, що виникають у цифровому середовищі: від локальних (втрата інтеріорності, самоексплуатація) до глобальних (алгоритмічний контроль, тотальна візія). Міждисциплінарна інтеграція (психоаналіз, соціальна філософія, медіатеорія, нейроекранологія) забезпечує цілісне осмислення вуаєризму як феномена, що виходить за межі однієї дисципліни.

Виклад основного матеріалу дослідження. У традиційному розумінні вуаєризм - це приховане спостереження за іншою людиною, що порушує її приватність. Термін «вуаєризм» походить від французького *voyeur* - «той, хто

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

дивиться», що, у свою чергу, має корінь у латинському *videre* - «бачити» й визначається у словнику як «отримання задоволення від таємного спостереження за іншими людьми в сексуальних ситуаціях або, загалом, за особистим життям інших осіб» [10]. Якщо звернутися до історії, це поняття виникло наприкінці XIX століття в межах психіатричної термінології як характеристика сексуального збудження, викликаного спостереженням за оголеними тілами без відома суб'єкта. Згодом воно вийшло за межі патопсихологічної сфери, трансформувавшись у ширшу естетичну, соціальну категорію. Відповідно, у сучасному науковому дискурсі виділяють декілька типів вуаєризму: класичний - пов'язаний із потягом до споглядання тіла або інтимного без згоди суб'єкта; естетичний, який базується на задоволенні від споглядання краси, руху чи форми, зокрема в мистецтві або медіа; соціальний, що орієнтований на спостереження за повсякденністю інших з метою порівняння, самопідтвердження чи морального судження; цифровий - специфічна форма, що реалізується у цифрових середовищах, базується на алгоритмічному посередництві, взаємності погляду та афективній залученості. У цифрову епоху вуаєризм перестає бути маргінальною або патологізованою практикою та перетворюється на нормалізований соціокультурний механізм. Цьому сприяє передусім специфіка алгоритмічного середовища, що структурує інформаційні потоки та фреймує досвід перегляду. Соціальні платформи, такі як Instagram, TikTok або YouTube, відіграють роль медіаторів у стосунках між тими, хто «дивиться», і тими, хто «показує». Вони виступають не просто технічними посередниками, а активними силами, що структурують видимість, вибір контенту, соціальну взаємодію та визначають, що користувач бачить (а що залишається прихованим), формуючи персоналізовані потоки інформації та досвіду. Це створює умови для тотальної, але невидимої форми спостереження, де алгоритми не лише фільтрують, але й передбачають, ранжують і підсилюють певні типи контенту, впливаючи на сприйняття реальності та поведінку суб'єкта. Е. Браун [11] показує, що алгоритмічна влада

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

полягає не в коді як такому, а в тому, як алгоритми конфігурують соціальне поле, створюючи «програмовану соціальність» та загрозу невидимості для тих, хто не відповідає логіці платформи.

Цифрове середовище функціонує як інфраструктура підглядання. Особистість стає зображенням, відкриваючи та виявляючи буденність, бажання та можливості. Як відзначав Ж. Бодрійяр: «Перетворити себе на зображення - означає не залишити жодного секрету. Ніколи не втомлюватися виражати себе, говорити, спілкуватися» [12, с. 47]. Таке розкриття та певна оголеність повсякденного створює ризики, адже людина занурюється в безкінечний потік візуальних вражень, образів, тіл і артефактів, що постійно споживаються поглядом. В цьому приховується феномен соціального вуаєризму - потягу до спостереження за прихованими аспектами реальності, часто без згоди тих, за ким спостерігають. На побутовому рівні це проявляється у прагненні «зазирнути» в приватне життя відомих осіб. Телебачення використовує ці потяги, нав'язуючи масовій аудиторії візуально-атракційну та часто примітивізовану продукцію (реаліті-шоу).

У цифровому середовищі віртуальне повсякденне життя дедалі частіше набуває ознак естетичного конструкту. Візуальна репрезентація щоденності - від побутових рутин до інтимних переживань - оформлюється як естетичний продукт, створений для споживання. Ця тенденція обумовлена, з одного боку, технічними можливостями платформ, а з іншого - очікуваннями аудиторії, які спрямовують користувача до виробництва візуально привабливого контенту. Візуалізація повсякденного, не є нейтральним актом: вона створює нову норму бачення, в якій приватне стає публічним, а буденне - естетизованим об'єктом спостереження. Відповідно до спостережень, цифрові технології функціонують як «контейнери досвіду» [13], що структуровано транслюють інтимне через естетичні форми. Це дає змогу глядачеві не просто спостерігати, а й споживати вуаєристично привабливу версію чужого життя. Такі дії

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

зміщують фокус з емпатії до естетичної насолоди, з огляду на яку зображення тіла, побуту чи емоції набувають статусу цифрового активу.

Соціальний вуайеризм тісно пов'язаний з явищем соціального ексгібіціонізму, що проявляється у прагненні сучасної людини не лише спостерігати, а й привертати до себе погляди інших людей. Формула соціального ексгібіціонізму є простою: чим більш я успішний і популярний, тим більше людей дивляться на мене, спостерігають за мною, наслідують мені, копіюють мій образ, підглядають за моїм особистим життям. І, навпаки, якщо я хочу стати популярним, я маю збирати, накопичувати погляди інших, формувати візуальний капітал, продавати своє зображення. Ефектом ексгібіціоністської логіки стає висування на перші позиції у сучасному суспільстві саме тих професій, які зорієнтовані на накопичення візуального капіталу (нового різновиду соціального капіталу, що вимірюється не у грошових одиницях, а у «зібраних» поглядах) – це актори, співаки, музиканти, танцюристи, моделі, боксери [6, с. 49]. «Чим є такі кричущі кейси цифрової наготи, ці вражаючі маніфестації цифрового ексгібіціонізму: аномалією чи трендом, девіацією чи новою нормою?» - ставлять питання автори Петренко Д.В. та Стародубцева Л.В. «…Цифрова відвертість деяких трохи дивакуватих харизматиків не тільки на межі тисячоліть, але і сьогодні є аномалією, однак такою, що перетворюється на тренд, – девіацією, що формує нову норму. За останні десятиліття ми спостерігаємо невидане зростання ступеня прозорості суспільства: камери спостереження, електронні браслети, системи тотального стеження та контролю, доведених до абсурду «цифрового Гулагу» [14, с. 151].

Однією з найбільш суперечливих ознак цифрового вуаєризму є розмиття межі між самовираженням і контролем. У цифровому середовищі індивід добровільно «оголює» себе - емоційно, тілесно, екзистенційно - в межах певної платформи, алгоритмів і очікувань аудиторії. Практики стримінгу, блогінгу або публікацій на відповідних платформах демонструють, як цифрова «видимість» є водночас і формою самоконтролю, і відповіддю на суспільний

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

запит до відкритості. Селф-експозиція, тобто добровільне (а часто й обов'язкове) розкриття себе перед публікою, стає домінантною формою участі в цифровому просторі. Це розкриття завжди емоційно марковане: сльози, радість, злість, втома - усе це набуває публічного статусу і стає об'єктом вуаєристичного споживання. В такий спосіб емоції конвертуються у цифровий капітал - кількість підписників, переглядів, монетизацію. Варто відзначити й економічний вимір, перетворення самопредставлення на ресурс, що може монетизуватися через персональний бренд, рекламу чи комерційні партнерства [15]. У рамках цієї нової структури існування оцінюється на основі того, «наскільки людина видима» та «скільки реакцій вона отримує». «Усе ґрунтується на онтології видимості, яка вимірює рівень існування істоти кількістю та якістю її сприйняття іншими» [16, с.45].

Інтенції «до кращого» та видавання бажаного за дійсне часто мотивують до самовдосконалення, але водночас ризикують спричинити невроз і депресію від ідеалізованих інстаграм-образів інших. Згідно з Ж. Лаканом, вуаєризм заснований на скопофільному потязі [2, с.73-74]. У цифрову епоху постійний тиск думок Інших призводить до деструкції «Я» та утворення дифузної ідентичності, де суб'єкт розпорошується у ризоматичній мережі. Авторська модель «цифрового дзеркала» демонструє, що автентичне «Я» проходить крізь три фільтри: технічний (алгоритми), соціокультурний (тренди) та психологічний (потреба у визнанні) [15]. Це «орієнтоване всередину» цифрове «я» парадоксально втрачає внутрішню сутність, оскільки стає надчутливим до зовнішнього погляду.

Естетика вуаєризму сьогодні - це споглядання симулякрів у гіперреальності. Фотографічна достовірність піксельного світу викликає нейронну відповідь й, відповідно, реакцію на візуальні образи. Штучний інтелект сьогодні відіграє все більшу роль у формуванні та посиленні вуаєристичних практик. Системи розпізнавання облич, аналіз відеопотоків, збір та обробка даних про поведінку користувачів у мережі (big data analytics)

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

дозволяють компаніям та державам здійснювати масштабний, часто невидимий, вуаєризм. ШІ аналізує цифрові сліди, прогнозуючи поведінку, уподобання, емоції. Алгоритми ШІ, аналізуючи вподобання користувачів, пропонують їм контент, який вони з більшою ймовірністю споживатимуть, включаючи і вуаєристичний. Це створює «фільтрові бульбашки» [17], де користувачі постійно занурені в контент, що підтверджує їхні існуючі інтереси, у тому числі до споглядання. ШІ може створювати реалістичні зображення та відео, що імітують дії та зовнішність людей, що відкриває нові можливості для вуаєризму й, водночас, створюючи серйозні етичні та правові виклики. Однією з центральних етичних дилем є проблема згоди. Навіть коли людина добровільно публікує контент, алгоритми платформ і інші користувачі часто використовують його поза межами первинної згоди (скріншоти, репости, deepfake). Це призводить до того, що згода стає фрагментарною та ілюзорною. Як зазначає Л. Флоріді [18], у цифрову епоху «інформаційна згода» втрачає свою етичну силу, оскільки суб'єкт не може контролювати весь ланцюг використання своїх даних.

«Стрімке захоплення» мозку глядача досліджує нейроекранологія. В. Рамачандран [8] довів, що мозок реагує на віртуальні образи так само, як на реальні дії, що дозволяє вуаєристу отримувати симулятивне задоволення. Лаура Піготт [9] досліджуючи нейровізуалізацію відзначає, що наш мозок запрограмований реагувати на красу. Погляд на привабливе обличчя активує ланцюги винагороди та соціальної взаємодії мозку – вивільняючи гормон гарного самопочуття дофамін. Цей гормон також вивільняється, коли ми відповідаємо певному стандарту краси, що робить це відчуття біологічно приємним. Але ця зв'язка також робить нас вразливими. З часом мозок адаптується до цих ідеалів, сприймаючи їх як нову норму. Природна здатність нашого мозку до змін (пластичність), колись еволюційна перевага, тепер використовується цифровим світом, який постійно змінює те, як ми бачимо себе. Сучасна культура, керована медіа та соціальними платформами, довела

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

свою майстерність у маніпулюванні нашою нервовою системою заради прибутку та популярності. Використовуючи реакцію нашого мозку на винагороду та соціальні сигнали, ці сили нав'язують вузькі ідеали краси, які можуть глибоко проникнути в нашу психіку. Наука чітко дає зрозуміти: наш мозок реагує на те, чим його годують. «Не має значення, чи людина залежна від нікотину, чи від викиду дофаміну, який виникає внаслідок перегляду вірусного посту. Усі залежності загрожують справжній свободі волі, погіршуючи здатність людей діяти згідно своїх бажань» [11, с.9]. Озброєні цими знаннями, ми можемо усвідомити маніпуляції та повернути собі контроль над власним сприйняттям краси. Розуміння цієї специфіки дає надію. Якщо наше сприйняття можна тренувати, його також можна перенавчити, що дозволить нам повернути собі контроль над тим, що означає краса [9].

Цифрове «я» використовує свою невидимість, щоб стати вуайєристом життя інших і, одночасно, має постійні можливості для самовиставки, за допомогою якої привертає погляди інших; це призводить до того, що воно тоталізовується світом, не зберігаючи своєї внутрішньості. Завдяки можливостям цифрового світу «я» потрапляє в пастку «бачити і бути побаченим». Люди втрачають свободу як розмірковувати над тим, чого вони справді хочуть, так і, відокремлені від цілісності, розвивати себе. Вони втрачають свободу плекати мовчазні та таємні частини себе. Як відзначає Зубавіна І. «Вже сьогодні можна констатувати: екрани дивляться на нас на кшталт тієї порожнечі, до якої не можна зазирати безкарно. Практично людина залишилася беззахисною під пильним оком екранів – від комп’ютерів до систем відеоспостереження. Інтернет-провайдери наразі пропонують, поряд з оновленням програм антивірусного захисту, програми захисту від несанкціонованого спостереження за господарем девайса, фактично підтверджуючи: екран вже давно не обмежується функцією «вікна у світ/світи», перетворившись на вуаєра та шпигуна». [7, с. 61].

 ISSN: 3083-5712

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Висновки. Проведений філософсько-культурологічний аналіз засвідчив трансформацію вуаєризму з маргінальної психопатологічної практики в нормований соціокультурний механізм, який став одним із фундаментальних чинників формування фрагментарної та дифузної ідентичності мережевого суб'єкта. Цифрове середовище створило простір для тотальної візії, де вуаєризм є домінантною практикою. Він постає багатогранним та динамічним явищем, що фундаментально трансформує уявлення про приватність, владу погляду та форми самопрезентації. Вуаєризм еволюціонував - від прихованої, девіантної практики до легітимної та повсякденної складової комунікації, естетизованої завдяки можливостям цифрового простору. Він є не просто пасивною насолодою від перегляду. Це комплексна соціальна практика, що формує нові механізми соціалізації, інтимності, публічності та контролю, змінює саму природу бачення - з фізичного акту на культурно детермінований дискурсивний режим. Дослідження механізмів алгоритмічної медіації, економіки візуального капіталу та нейроекранологічних процесів показало, що сучасні платформи не просто посередники, а активні агенти тотальної візії, які структурують видимість, прогнозують бажання та перетворюють приватність на ресурс самоексплуатації. Постійний тиск «погляду Іншого», опосередкований алгоритмами, призводить до деструкції цілісного «Я». Розгляд етичних наслідків тотальної візії дозволив констатувати, що добровільна самоекспозиція, яка на перший погляд є актом свободи, насправді стає формою самоконтролю та новою дисциплінарною владою. Цифровий вуаєризм, поєднуючи естетичний, комунікативний і соціальний виміри, стирає межі між приватним і публічним, перетворюючи суб'єкта на об'єкт постійного спостереження та самоспостереження. Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому проаналізі етичних аспектів вуаєризму та розробці стратегій цифрової грамотності, спрямованих на збереження інтеріорності та етичної автономії в умовах тотальної візії.

ISSN: 3083-5712
Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Список використаних джерел

1. Барлоу Дж. П. Декларація незалежності кіберпростору. URL: https://ccl.org.ua/positions/deklaracziya-nezalezhnosti-kiberprostoru/ (дата звернення: 10.12.2025).

2. Lacan J. The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis. London: Routledge, 1997. 304 p.

3. Фуко М. Наглядати й карати. Київ: Основа, 1998. 392 с.

4. Castells M. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Wiley-Blackwell, 2024. 656 p.

5. Calvert C. Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in Modern Culture. New York : Westview Press, 2000. 272 p.

6. Батаєва К. В. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність: навч. посіб. Київ: Кондор, 2017. 344 с.

7. Зубавіна І. Б. Онтологія віртуального простору: Екранознавчі зшитки. Одеса: Гельветика, 2021. 376 с.

8. Ramachandran V. S. The Tell-Tale Brain. W. W. Norton & Company, 2011. 384 p.

9. Pigott L. E. How your brain keeps falling for the latest beauty fads. The Conversation UK. 2025. URL: https://researchportal.lsbu.ac.uk/en/publications/how-your-brain-keeps-falling-for-the-latest-beauty-fads (дата звернення: 10.12.2025).

10. Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/ (дата звернення: 10.12.2025).

11. Brown E. Recommended Selves: Authenticity in Algorithmic Filtering. Journal of the American Philosophical Association. 2026 DOI: https://doi.org/10.1017/apa.2025.10009

12. Бодріяр Ж. Символічний обмін і смерть. Львів: Кальварія, 2004. 376 с.

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

13. Sofia Z. Container Technologies. Hypatia. 2000. Vol. 15. No. 2. pp. 181–201. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2000.tb00322.x

14. Петренко Д. В., Стародубцева Л. В. Цифровий ексгібіціонізм у сучасній медіакультурі. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2025. № 52. С. 147–156. DOI: https://doi.org/10.32782/apfs.v052.2024.24

15. Гальчинський, Д. О. Саморепрезентація в цифрову епоху: трансформація свідомості та межі автентичності. Вісник гуманітарних наук, 2025. № 10 DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17015540

16. Citton Y. The Ecology of Attention. John Wiley & Sons, 2017. 222 p.

17. Pariser E. The filter bubble: what the internet is hiding from you. New York: Penguin Press. 2021. 304 p. URL: https://hci.stanford.edu/courses/cs047n/readings/The_Filter_Bubble.pdf

18. Floridi L., Tsamados, A., Aggarwal, N., Cowls, J. et al. The ethics of algorithms: key problems and solutions. AI & Soc 37, 2020 pp. 215–230 DOI: https://doi.org/10.1007/s00146-021-01154-8

Увесь контент ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license