УДК 305-055.2(510):004](045)+316.346.2-055.2(510):004](045)
DOI https://doi.org/10.31392/cult.alm.2026.3.23

Стребкова Юлія Віталіївна,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
orcid.org/0000-0001-9941-0330
julia.v.strebkova@gmail.com

Чжань На,
аспірантка кафедри філософії
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
orcid.org/0000-0003-4791-5913
296017638@qq.com

Ставрояні Сергій Сергійович,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії
Київського національного університету будівництва і архітектури
orcid.org/0000-0001-8035-237X
stavrojani@gmail.com

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ КИТАЙСЬКИХ ЖІНОК У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Глобальна цифровізація кардинально трансформувала ціннісні орієнтації китайських жінок, змістивши акценти з патріархального підпорядкування до економічної незалежності, індивідуалізму та самореалізації. В дослідженні автори з'ясовували особливості процесу трансформації ціннісних орієнтацій сучасних китайських жінок. Автори доводять, що масовий перехід до цифрової економіки та соціальних мереж збільшив можливості жінок, надав їм працюючі інструменти для побудови кар'єри та суспільного впливу.

Збільшення впливу соціальних мереж, диджиталізація багатьох сфер була піддана ретельному аналізу. Поглиблено розуміння впливу цифровізації на розподіл гендерних ролей в суспільстві.

В сучасному світі відбуваються складні процеси трансформації соціальної структури та реконфігурації жіночих ролей в соціумі. Ці явища відбуваються як у всьому світі загалом, так і в китайському суспільстві зокрема, яке зазнає постійних змін та викликів. У сучасному цифровому суспільстві медіасередовище відіграє важливу роль у формуванні ціннісних орієнтацій жінок, впливає на світоглядні установи, ціннісні орієнтири. В дослідженні проводиться ретельний аналіз особливостей процесу трансформації ціннісних орієнтацій китайських жінок. Хоча розвиток цифрових технологій призводить до розширення можливостей жінок, цифровізація нерідко детермінує нерівномірний розвиток різних за віком та статусом жінок. Жінки тепер виступають не лише учасниками соціальних змін, але й суб'єктами трансформації цифрового суспільства. Також проаналізовано вплив інформаційно-комунікаційних технологій, соціальних мереж та цифрової економіки на переоцінку традиційних гендерних ролей у сучасному китайському суспільстві.

Ключові слова: гендерний підхід, жінки, цифрова трансформація, цифрові навички, цифровий розрив, сталий розвиток, людський капітал, трансформація гендерних ролей.

© Стребкова Ю. В., Чжань На, Ставрояні С. С., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Strebkova Julia,
Ph.D. in Philosophy, Associate Professor
National Technical University of
Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"
orcid.org/0000-0001-9941-0330
julia.v.strebkova@gmail.com

Zhan Na,
Postgraduate Student at the Department of Philosophy
National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"
orcid.org/0000-0003-4791-5913
296017638@qq.com

Stavroyany Serhii,
Ph.D. in Philosophy, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Philosophy
Kyiv National University of Construction and Architecture
orcid.org: 0000-0001-8035-237X
stavrojani@gmail.com

TRANSFORMATION OF VALUE ORIENTATIONS AMONG CHINESE WOMEN IN THE CONTEXT OF GLOBAL DIGITALIZATION

Global digitalization has fundamentally transformed the value orientations of Chinese women, shifting the emphasis from patriarchal subordination to economic independence, individualism, and self-realization. In this study, the authors examine the specific characteristics of the transformation process of contemporary Chinese women's value orientations. The authors argue that the massive transition to the digital economy and social networks has enhanced women's empowerment, providing them with functional tools for career development and social influence.

The growing impact of social networks and the digitalization of numerous spheres are thoroughly analyzed. The understanding of digitalization's influence on the distribution of gender roles in society has been deepened.

In the contemporary world, complex processes of social structure transformation and the reconfiguration of women's roles in society are taking place. These phenomena occur globally, as well as in Chinese society, which experiences constant changes and challenges. In today's digital society, the media environment plays a crucial role in shaping women's value orientations, affecting their worldview frameworks and value systems. This study conducts a meticulous analysis of the specific features of the transformation process of Chinese women's value orientations. While the development of digital technologies leads to the expansion of women's opportunities, digitalization simultaneously often determines the uneven development of women of different ages and social statuses. Women now act not only as participants in social changes but also as subjects of the digital society's transformation. Additionally, the study analyzes the impact of information and communication technologies, social networks, and the digital economy on the reassessment of traditional gender roles in contemporary Chinese society.

Key words: gender approach, women, digital transformation, digital skills, digital gap, sustainable development, human capital, transformation of gender roles.

Постановка проблеми. У контексті стрімкого розвитку глобальної цифровізації та інформатизації соціальні ролі та ціннісні орієнтації жінок можуть зазнавати глибоких змін, адже ці трансформації не лише зумовлені структурними змінами в економіці та суспільних інститутах, але й пов'язані з реконфігурацією цифрового медіасередовища, логікою капіталу та трансформацією соціокультурних уявлень. На макрорівні соціальний тиск і ціннісний вибір, з яким повсякчас стикаються сучасні жінки, свідчать про глибоку напругу між традиційною моделлю гендерного розподілу праці та структурними змінами сучасного суспільства.

Ціннісні орієнтації китайського суспільства формувались під впливом тисячолітньої

традиції конфуціанства. Це складна філософська система, яка протягом багатьох століть впливає на китайське суспільство, розуміння соціальних, політичних зв'язків. Для конфуціанства характерним є традиційне та доволі консервативне розуміння гендерних ролей, підпорядковане становище жінки по до чоловіка. Обов'язковими для жінки вважаються заміжжя, народження дитини, підкорення батькові, чоловіку. Відзначимо, що також на китайське суспільство впливали й і інші релігійно-філософські системи: даосизм, буддизм, християнство, постсекулярні ідеології. Водночас зараз Китай є промисловим гігантом, який впливає на всю сучасну геополітику. При цьому, заглиблюючись у релігійно-філософський аналіз духовних, релігійних, культурно-філософських основ суспільства, зокрема буддизму, можемо дійти висновку, що «поєднання духовних засад із соціальними інноваціями сприяє творенню освітнього й культурного простору, в якому гендерна рівність осягається як її еволюційний розвиток» (Щербань, Крамарчук, 2026, с. 400). Отже, зміни ціннісних орієнтацій китайських жінок, які становлять близько половини населення КНР, є актуальною темою досліджень.

Метою дослідження є з'ясування особливостей процесу трансформації ціннісних орієнтацій сучасних китайських жінок.

Огляд публікацій. Макросоціологічні та економічні структури проаналізовані у статті N. Srnicek (2017), який концептуалізує феномен платформного капіталізму як нову модель економіки. T. Striphas (2015) у своїй роботі досліджує становлення алгоритмічної культури та процес передачі людських функцій комп'ютерним кодам. T. Wang (2025) окреслює фундаментальні методологічні проблеми розвитку цифрового соціуму.

Гендерний вимір цифровізації крізь призму її амбівалентності та репрезентації розглядають у своїх дослідженнях S. Patouras і C. Tanner, J. Ou та ін. Зокрема, J. Ou (2025) досліджує вплив технологій на розширення прав і можливостей жінок у дилемі «цифрового мосту» чи «розриву», а S. Patouras і C. Tanner (2024) аналізують конструювання постфемінізму та сучасної фемінності у медіапросторі, зокрема у TikTok.

Прикладний вимір функціонування платформ комерційних комунікацій висвітлюють C. Lou та S. Yuan (2019), фокусуючись на маркетингу впливу та механізмах формування довіри споживачів через цінність і достовірність контенту інфлюенсерів.

Виклад основного матеріалу. Упродовж тривалого історичного розвитку суспільства структура китайської сім'ї переважно формувалась на основі моделі гендерного поділу праці «чоловік працює поза домом, жінка займається домашнім господарством». За умов аграрного суспільства така модель певною мірою була раціональною: чоловіки переважно брали участь у діяльності поза домом, тоді як жінки виконували функції соціального відтворення в межах сім'ї, включно з вихованням дітей та веденням домашнього господарства. Однак з розвитком індустріалізації та інформатизації жінки почали швидко інтегруватися в ринок праці та поступово стали важливими учасниками економічної системи. Вони не лише виконують сімейні обов'язки, але й беруть участь у виробничій діяльності та економічному забезпеченні сім'ї. Ця трансформація певною мірою сприяла розвитку гендерної рівності, однак соціальні інститути та культурні структури ще не зовсім адаптувалися до цих змін. Багато соціальних інститутів досі виходять з припущення, що в сім'ї є основний годувальник. Наприклад, у системі освіти, організації робочого часу та соціальних сервісах досі наявні такі патріархальні установки. Ця інституційна інерція призводить до того, що в реальному житті жінки часто несуть «подвійне навантаження»: вони беруть участь у суспільному виробництві і водночас виконують значний обсяг сімейних, емоційних, доглядових обов'язків.

Крім того, у межах сім'ї існує велика кількість «невидимої праці», наприклад керування домашніми справами, планування освіти дітей або підтримка родинних соціальних зв'язків. E. Vettoretto, A. Minello, L.E. Ortensi та F. Tosi, досліджуючи структуру ментальної праці матерів, зазначають, що планування, моніторинг та емоційна турбота про сім'ю залишаються невидимими, але виснажливими обов'язками, які в сучасному світі майже повністю покладаються на жінок (Vettoretto, Minello, Ortensi, Tosi, 2026). Ця діяльність не має чіткої економічної оцінки в економічній системі, що певною мірою впливає на позицію жінок у системі соціальної та сімейної влади.

Кількісне дослідження за участю сотень матерів оцінює поділ когнітивної («планування») та фізичної («виконання») домашньої праці (Aviv, Waizman, Kim et al., 2025). Авторками доведено, що когнітивна домашня праця є значно більш гендерно диспропорційною, ніж фізична, і вона прямо пов'язана з депресією, стресом та вигоранням у жінок. Таким чином, соціальне становище сучасних жінок можна розглядати як результат структурного переходу: традиційна модель гендерного поділу праці ще не повністю зникла, тоді як нова соціальна система ще не сформувалася остаточно.

Ключовим поняттям нашого дослідження є гіг-економіка (так звана платформна економіка) – сегмент ринку праці, де замість традиційного довгострокового працевлаштування домінують короткострокова контрактна робота, фриланс та зайнятість через цифрові платформи й мобільні застосунки. Цифрові платформи не лише змінюють спосіб поширення інформації, але й формують новий механізм соціального контролю, заснований на даних. У межах цього механізму поведінка, емоції та вподобання індивідів постійно фіксуються та перетворюються на дані, що формує тотальний та постійний нагляд і контроль. Вдома жінки (порівняно з чоловіками) страждають через непропорційно велику кількість когнітивної праці, що збільшує їхнє емоційне виснаження (Krstić, Shen, Varty, Lam, Hideg, 2025). Виходячи у цифровий простір, жінки можуть знову емоційно виснажуватись через тотальний контроль інфопростору.

Цифрові соціальні медіаплатформи стали важливим простором для конструювання та репрезентації сучасної жіночності. Дослідження контенту TikTok показує, що онлайн-вираження жіночності часто поєднує постфеміністські ідеали самодогляду, автентичності та розширення прав і можливостей з високо медіатизованими формами гендерної перформативності (Patouras & Tanner, 2024). На відміну від традиційних моделей контролю, цифрове суспільство Китаю характеризується мобільною системою спостереження (Wang, 2025). Суб'єктами контролю виступають не лише державні чи інституційні структури, але й цифрові платформи, комерційні організації та звичайні користувачі. За допомогою аналізу великих даних та алгоритмічних рекомендацій капітал отримує можливість постійно відстежувати та спрямовувати поведінку індивідів, впливаючи на соціальні культурні практики та моделі споживання. У такій медіаекосистемі жінки частіше стають об'єктами спостереження та оцінювання. Наприклад, у новинних повідомленнях або онлайн-контенті часто підкреслюється гендерна ідентичність жінок – «студентка», «жінка-лікар», «жінка-блогер». Така практика посилює суспільну увагу до гендерної ідентичності та сприяє тому, що жінки в цифровому медіапросторі дедалі більше виступають як об'єкти соціального погляду. Водночас такі показники, як кількість переглядів, лайків або підписників, поступово стають важливими індикаторами соціального впливу (Lou, Yuan, 2019). У межах такої системи цифрової оцінки жінки часто здійснюють постійне керування власним образом і самопрезентацію для отримання соціального визнання. Подібна практика «самоквантифікації» змінює уявлення про власну соціальну цінність, роблячи суспільну оцінку важливим фактором формування жіночої ідентичності.

Крім того, під впливом логіки капіталу цифрові медіа формують певні стандарти краси та поширюють їх через алгоритмічні рекомендації й візуальну культуру (Striphas, 2015; Srnicek, 2017). У цьому процесі жіноче тіло поступово перетворюється на важливий культурний символ і об'єкт споживання. Практики тілесного самоконтролю жінок відображають не лише індивідуальний вибір, але й взаємодію цифрового капіталу та соціальних естетичних норм.

Відзначимо, що розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для розширення прав і можливостей жінок. По-перше, цифрові технології сприяють зростанню самосвідомості сучасних жінок. Інтернет і соціальні мережі надають жінкам платформу для висловлення власних поглядів і участі в суспільних дискусіях, що дає змогу поширювати ідеї гендерної рівності та захищати власні права. По-друге, розвиток цифрової економіки надає жінкам більше можливостей для працевлаштування та підприємництва. Електронна комерція, платформна економіка та дистанційна робота як нові форми зайнятості знижують бар'єри для участі жінок на ринку праці, що дає їм змогу досягати більшої економічної самостійності. У результаті це зменшує їхню економічну

залежність від сім'ї або партнера та поступово сприяє переходу жінок від традиційної залежної ролі до більш самостійної, відкритої та багатовимірної моделі розвитку. По-третє, цифрові платформи розширюють можливості соціальної участі жінок. Через цифрові медіа жінки можуть формувати соціальні мережі, отримувати нові знання та брати участь у суспільних дискусіях, що сприяє формуванню більш вираженої суб'єктності.

Однак цифровізація не впливає на всіх жінок однаково. Є дослідження, що результатами спростовують точку зору стосовно того, що гіг-економіка сприяє зменшенню гендерного розриву в оплаті праці (Han, Li, Li et al., 2024). Автори фіксують збільшення гендерного розриву в оплаті праці в гіг-економіці Китаю. У процесі поширення цифрових технологій зберігається явище «цифрового розриву» (Ou, 2025). Він проявляється у двох основних вимірах: у розриві доступу до цифрових технологій, що залежить від регіональних, економічних та соціальних умов та у розриві цифрових навичок, який пов'язаний з рівнем освіти, доступом до навчання та культурними ресурсами.

Ці відмінності обмежують можливості частини жінок використовувати цифрові технології для соціального та економічного розвитку, що призводить до нерівномірності процесів розширення можливостей жінок. Цікавим у зв'язку з цим є дослідження впливу цифровізації на гендерний розрив у оплаті праці в гіг-економіці Китаю (Han, Li, Li et al, 2024). Погоджуємось з авторами в тому, що з огляду на теорію дискримінації панівний оптимістичний погляд на роль гіг-економіки є сумнівним. Жінки в гіг-економіці Китаю часто заробляють менше, оскільки змушені підлаштовувати гнучкий графік під виховання дітей та хатні справи, програючи жорстким часовим алгоритмам платформ.

Висновки. Загалом у контексті глобальної цифровізації ціннісні орієнтації китайських жінок зазнають суттєвої трансформації. З одного боку, жінки отримують більше можливостей у сфері освіти, працевлаштування та соціальної участі, що сприяє формуванню більш вираженої суб'єктної ідентичності. З іншого боку, цифрове медіасередовище та логіка капіталу продовжують формувати нові соціальні норми, які впливають на поведінку та самоідентифікацію жінок.

Ці зміни відображають складний процес соціальної трансформації сучасного суспільства: традиційні гендерні ролі поступово послаблюються, тоді як нова система соціальних цінностей ще перебуває у процесі формування. У цьому контексті сучасні жінки виступають не лише учасниками соціальних змін, але й важливими суб'єктами трансформації цифрового суспільства.

Чинник цифровізації, безперечно, є провідним у процесі переходу від традиційних конфуціанських уявлень стосовно жіночих ролей (обов'язкове заміжжя, народження дітей для продовження роду) до індивідуалізму, економічної самостійності та кар'єрного самовираження. Проте для розроблення ефективних політик подолання гендерної нерівності слід далі досліджувати вплив процесів глобалізації та урбанізації на ціннісну систему сучасних жінок.

Список використаних джерел:

Aviv E., Waizman Y., Kim E., et al. (2025). Cognitive household labor: Gender disparities and consequences for maternal mental health and wellbeing. *Arch Womens Ment Health*, 28, 5–14. https://doi.org/10.1007/s00737-024-01490-w.

Han J., Li M., Li S., & Hu Y. (2024). The widening gender wage gap in the gig economy in China: The impact of digitalization. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 1639. https://doi.org/10.1057/s41599-024-04172-1.

Krstić A., Shen W., Varty C.T., Lam J.Y., & Hideg I. (2025). Taking on the invisible third shift: the unequal division of cognitive labor and women's work outcomes. *Psychology of Women Quarterly*, 49 (2), 205–219. https://doi.org/10.1177/03616843251330284.

Lou C., & Yuan S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19 (1), 58–73. https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501.

Ou J. (2025). Shuzi jishu yu nüxing funeng – "Shuzi qiaoliang" haishi "Shuzi honggou"? [Digital technology and women's empowerment: "Digital bridge" or "Digital divide"?]. *Xibu Xuekan* [West Journal], (6), 61–64. https://doi.org/10.16721/j.cnki.cn61-1487/c.2025.06.021.

Patouras S., & Tanner C. (2024). "Oh, how I love being a woman": Post-feminism and contemporary femininity on TikTok. *Feminist Media Studies*, 1–18. https://doi.org/10.1080/14680777.2024.2442997.

Srnicek N. (2017). Platform capitalism. Polity Press. UK: Polity Press.

Striphas T. (2015). Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18 (4–5), 395–412. https://doi.org/10.1177/1367549415577392.

Vettoretto E., Minello A., Ortensi L.E., & Tosi F. (2025). Understanding the dimensions of mental labor: The invisible load of Italian mothers. *Frontiers in Sociology*, 10, 1683261. https://doi.org/10.3389/fsoc.2025.1683261.

Wang T. (2025, April 11). Shuzi shehui yanjiu de jiben yiti [Basic issues in digital society research]. *Guangming Ribao* [Guangming Daily]. https://www.nopss.gov.cn/n1/2025/0411/c219544-40457581.html.

Щербань М. В., Крамарчук І. В. (2026). Філософсько-релігійний зміст гендерної ідеології: від теорії до практики. *Культурологічний альманах*, 2 (18), 393–403. https://doi.org/10.31392/cult.alm.2026.2.46.

References:

Aviv, E., Waizman, Y., Kim, E., et al. (2025). Cognitive household labor: Gender disparities and consequences for maternal mental health and wellbeing. *Arch Womens Ment Health*, 28, 5–14. https://doi.org/10.1007/s00737-024-01490-w

Han, J., Li, M., Li, S., & Hu, Y. (2024). The widening gender wage gap in the gig economy in China: The impact of digitalization. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 1639. https://doi.org/10.1057/s41599-024-04172-1.

Krstić, A., Shen, W., Varty, C.T., Lam, J.Y., & Hideg, I. (2025). Taking on the invisible third shift: The Unequal Division of Cognitive Labor and Women's Work Outcomes. *Psychology of Women Quarterly*, 49 (2), 205–219. https://doi.org/10.1177/03616843251330284.

Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19 (1), 58–73. https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501.

Ou, J. (2025). Shuzi jishu yu nüxing funeng – "Shuzi qiaoliang" haishi "Shuzi honggou"? [Digital technology and women's empowerment: "Digital bridge" or "Digital divide"?]. *Xibu Xuekan* [West Journal], (6), 61–64. https://doi.org/10.16721/j.cnki.cn61-1487/c.2025.06.021 [in Chinese].

Patouras, S., & Tanner, C. (2024). "Oh, how I love being a woman": Post-feminism and contemporary femininity on TikTok. *Feminist Media Studies*, 1–18. https://doi.org/10.1080/14680777.2024.2442997.

Srnicek, N. (2017). Platform capitalism. Polity Press. UK: Polity Press.

Striphas, T. (2015). Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18 (4–5), 395–412. https://doi.org/10.1177/1367549415577392.

Vettoretto, E., Minello, A., Ortensi, L.E., & Tosi, F. (2026). Understanding the dimensions of mental labor: The invisible load of Italian mothers. Frontiers in Sociology, 10, Article 1683261. https://doi.org/10.3389/fsoc.2025.1683261.

Understanding the dimensions of mental labor: The invisible load of Italian mothers. *Frontiers in Sociology*, 10, 1683261. https://doi.org/10.3389/fsoc.2025.1683261.

Wang, T. (2025, April 11). Shuzi shehui yanjiu de jiben yiti [Basic issues in digital society research]. *Guangming Ribao*. Retrieved from https://www.nopss.gov.cn/n1/2025/0411/c219544-40457581.html [in Chinese].

Shcherban, M. V., & Kramarchuk, I. V. (2026). Filosofsko-relihiinyi zmist hendernoi ideolohii: vid teorii do praktyky [Philosophical and religious content of gender ideology: From theory to practice]. *Kulturolohichnyi almanakh*, 2 (18), 393–403. [in Ukrainian] https://doi.org/10.31392/cult.alm.2026.2.46.

Дата першого надходження статті до видання: 23.07.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.08.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 27.10.2026