

УДК 130.2:004.9

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v055.2025.6>**І. М. Гоян**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2548-0488>*доктор філософських наук, професор,
професор кафедри соціальної психології**Карпатського національного університету імені Василя Стефаника***Т. О. Гайналь**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2748-5901>*кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії, соціології та релігієзнавства**Карпатського національного університету імені Василя Стефаника***М. В. Дойчик**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5081-1336>*доктор філософських наук, професор,
завідувач кафедри філософії, соціології та релігієзнавства**Карпатського національного університету імені Василя Стефаника*

ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ У ДЗЕРКАЛІ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОЇ КУЛЬТУРИ: ВІД ПРАГНЕННЯ АВТЕНТИЧНОСТІ ДО ЇЇ КОНСТРУЮВАННЯ

Постановка проблеми. В сучасному суспільстві, яке функціонує в епоху цифровізації та глобального інформаційного простору значних трансформацій зазнає ідентичність особистості. В останні роки все більше розповсюджується інформаційно-мережева культура, яка властива соціальним платформам, віртуальним спільнотам, цифровим аватарам, що значно впливає на самопрезентацію людини та стає новим середовищем формування та прояву особистісної ідентичності. В цей самий час автентичність, яка традиційно вважалася внутрішньою цілісністю та узгодженістю людського «Я», все частіше виступає у ролі конструкції, яка формується під впливом зовнішніх візуально-комунікаційних кодів, мережових очікувань і нав'язливих медіанаративів.

Саме тут виникає певний парадокс: у культурі, де постійно проголошується цінність самовираження та унікальності людини, ідентичність все більше підпорядковується інформаційно-технологічним алгоритмам, лайкам, трендам та репостам. Кожна особистість прагне до автентичності, проте вимушена конструювати її у відповідності до норм інформаційного простору. Все вищезазначене породжує цілу низку соціальних, психологічних та філософських викликів, а саме: до фрагментарності ідентичності, девальвації «особистісного справжнього Я», а також «розмивання» меж між реальністю та віртуальністю.

Незважаючи на зростаючий інтерес науковців до феномену ідентичності в епоху цифровізації та стрімкого розвитку інформаційних ресурсів, досі

залишається малодослідженим механізм переходу від класичного розуміння автентичності до її мережевої версії як продукту взаємодії з інформаційним простором. Наявний дискурс потребує розширення за рахунок міждисциплінарного підходу до аналізу впливу інформаційно-мережових умов на особистісне самовизначення, осмислення сучасних форм репрезентації власного «Я» та викликів, які постають перед індивідом в процесі самоконструювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема ідентичності в умовах сучасного інформаційного суспільства широко висвітлена у філософських, соціологічних та культурологічних працях. Класичне розуміння ідентичності як цілісності та послідовності «Я» було закладене у працях Е. Еріксона [1], який досліджував стадії психосоціального розвитку особистості. Ч. Тейлор [2] розглядав автентичність як моральний і культурний ідеал, що формується у діалозі між індивідом та суспільством. Е. Гідденс [3] наголошував на феномені «рефлексивного проєкту Я» в умовах пізньої модерності, де самоконструювання особистості стає ключовим завданням.

З поширенням цифрових технологій науковий інтерес поступово зосередився на трансформаціях ідентичності у віртуальному середовищі. М. Кастельс [4] у своїй концепції «мережевого суспільства» підкреслив, що інформаційні потоки й глобальні мережі створюють нові форми ідентичності – проєктну, легітимізуючу та опозиційну. Ш. Туркле [5] у книзі «Alone Together» показала, як цифрові технології змінюють досвід

близькості та самопрезентації, а також сприяють фрагментації «Я». Д. Бойд [6] акцентує увагу на тому, що соціальні мережі створюють особливі умови для «мережевої публічності», у якій індивід змушений балансувати між приватним і публічним.

Українські дослідники також приділяють увагу проблематиці, яка досліджується. Н. Хамітов [7] розглядає ідентичність у контексті сучасних викликів глобалізації та медіалізації культури. О. Волинець [8] аналізує ідентичність особистості та специфіку її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. О. Онищук [9] досліджувала ідентичність та кіберідентичність як психологічні категорії та визначала особливості їх концептуалізації та співвідношення.

Водночас, попри наявність значного наукового фонду, залишається недостатньо з'ясованим питання переходу від прагнення до автентичності до її конструювання під впливом інформаційно-мережевої культури. Потребує уточнення роль алгоритмізованих практик цифрових платформ у процесі самопрезентації та репрезентації «Я», а також аналіз їх впливу на формування нових соціокультурних норм автентичності.

Метою статті є міждисциплінарне осмислення конструювання ідентичності особистості під впливом інформаційно-мережевої культури.

Виклад основного матеріалу. Феномен ідентичності завжди перебував у центрі філософських і соціально-психологічних дискусій. Хоча поняття «ідентичність» і досі є досить складним для вивчення у будь-якій науці, то варто зазначити, що у класичному розумінні вона виступала гарантією внутрішньої узгодженості особистості та її соціальної інтеграції. А автентичність трактувалася як вірність власним переконанням і цінностям, як прагнення «бути собою» у багатоманітному соціальному світі [2].

Проте сучасні умови цифровізації та мережевої комунікації спричинили радикальну зміну підходів до осмислення ідентичності та автентичності. Як зазначає В. Токарева: «Інформаційно-комунікативні технології значною мірою розширили можливості для конструювання особою власного образу, іміджу, біографії, ідентичності. Створена особистість наділяється новими атрибутами та властивостями, які, зазвичай, не співпадають із характеристиками фізичної особи у реальному світі, а завдяки комунікації у віртуальному середовищі можуть складати лише набір символів, що позначають особу, та не мати потреби у фізичному тілі. Пліуралізм, фрагментарність, децентрація, поширення симулякрів у сучасному інформаційному суспільстві розмивають, розчиняють ідентичність людини в багатьох аспектах, заганняючи її у нескінченний пошук, набуття та втрату само-

сті» [10, с. 48]. Таким чином з'являється нова термінологія, яка пов'язана з ідентичністю та автентичністю. Наприклад, в науковий обіг введено поняття «віртуальна ідентичність» та «цифрова ідентичність». Нами було розглянуто варіативність тлумачення зазначених вище понять науковцями. В. Волинець [8] вважає, що «віртуальна ідентичність постає як різновид соціокультурної ідентичності особистості, що пов'язана з усвідомленням належності до певної спільноти, яка не завжди має відображення у реальному соціумі. Її основна діяльність зосереджується на споживанні та поширенні знань й інформації у комунікативних середовищах, насамперед у віртуальному просторі Інтернету». Дещо іншої думки є науковиця С. Мітіна [11]. Вона пише про те, що «віртуальна ідентичність – це ідентичність, яку особистість формує у віртуальному світі і яка має ідеальний набір якостей і характеристик».

На нашу думку, «віртуальна ідентичність» – це динамічний конструкт самосвідомості та самопрезентації особистості, що формується й реалізується у цифровому середовищі шляхом взаємодії з інформаційно-комунікативними платформами. Вона відображає не лише відчуття належності до віртуальних спільнот, а й здатність індивіда конструювати образ «Я» відповідно до алгоритмічних норм, культурних кодів та соціальних очікувань мережевого простору.

Що стосується поняття «цифрова ідентичність», то А. Гончарова [12] трактує її як «версію соціальної ідентичності людини». На думку авторки, «це певна добірка інформації, яка отримана в результаті онлайн-діяльності особи, що може проявлятися у вигляді імені, публікацій, коментарів». В. Токарева [13] пише про те, що: «цифрова ідентичність є досить широким поняттям, яке охоплює конфіденційну інформацію, персональні дані, дані про взаємодію особи із Інтернет середовищем. Цифрову ідентичність складають усі дані про особу, які зберігаються в Інтернеті, в значній мірі включає персональні дані, які можуть бути зібрані без її відома».

Вивчення процесів конструювання автентичності у мережевій культурі потребує міждисциплінарного підходу, адже цей феномен охоплює різні рівні функціонування особистості – від смисложиттєвих орієнтирів і культурних кодів до соціальних практик і психологічних механізмів самопрезентації.

У філософському вимірі автентичність розглядається як гармонія між внутрішньою природою людини та формами її існування. Цей термін активно використовується у сучасній філософській антропології та філософії культури, позначаючи стан особистості чи культурної спільноти, де сутність та існування перебувають у єдності.

Усвідомлення власної автентичності виступає необхідною умовою розвитку індивідуальної своєрідності та культурної самобутності. При цьому розрізняють замкнену та відкриту автентичність: перша тяжіє до ізоляціонізму, відокремлення й нарцисизму, тоді як друга виявляється у прагненні до діалогу та єднання з іншим за умови збереження власної унікальності [14].

У психологічному контексті автентичність виступає однією з фундаментальних характеристик особистості. Вона виявляється у внутрішній чесності та відкритості, у здатності діяти відповідно до власних переконань і цінностей. Автентична людина прагне до самоактуалізації, зберігаючи конгруентність – гармонію між словами, почуттями й невербальною поведінкою у процесі спілкування. Така якість є передумовою щирих та ефективних міжособистісних контактів. Автентичність означає безпосереднє переживання власного досвіду, не спотвореного захисними механізмами, що дає змогу особистості бути більш цілісною. У гуманістичній психології саме автентичність розглядається як ознака «ідеальної» або зрілої особистості, яка протиставляється невротичному способу існування [15].

Таким чином, під автентичністю ми розуміємо здатність особистості конструювати й презентувати своє «Я» у спосіб, що відповідає її внутрішнім цінностям і досвіду, водночас зберігаючи унікальність у контексті соціальних і технологічних впливів. Тобто автентичність – це справжність особи.

У мережевій культурі це поняття набуває нових смислів, адже «справжність» може виявлятися не як абсолют, а як результат безперервного самоконструювання у віртуальному середовищі.

Інформаційно-мережева культура створила простір, у якому «Я» постає не лише як особистісна сутність, а й як візуально-комунікативний конструкт. У соціальних мережах та цифрових медіа ідентичність набуває ознак плинності та множинності: людина може одночасно створювати кілька різних образів, залежно від аудиторії, платформи чи ситуації [5]. А отже, автентичність стає не стільки внутрішньою характеристикою, скільки результатом взаємодії з іншими та з алгоритмічними механізмами цифрового простору.

Перехід від автентичності до конструювання ідентичності можна пояснити через вплив мережових стандартів і практик. Уміння «бути автентичним» дедалі частіше означає вміння демонструвати індивідуальність у межах заданих форматів – візуальних шаблонів, цифрових трендів, популярних дискурсів. У цьому сенсі автентичність втрачає свій абсолютний характер і перетворюється на стилізовану форму, яку можна вибудовувати, редагувати й адаптувати [16].

Соціокультурні наслідки такого процесу неоднозначні. З одного боку, ідентичність стає більш гнучкою, відкритою до експериментів і культурного розмаїття. З іншого – людина опиняється у пастці постійного конструювання «Я», що може призводити до відчуття фрагментарності, втрати «справжнього» та залежності від реакцій зовнішнього середовища [6].

Окремо слід підкреслити роль алгоритмів і цифрових платформ. Вони не тільки надають інструменти для вираження ідентичності, а й визначають рамки допустимого та популярного. Система лайків, алгоритми рекомендацій, механізми модерації формують певні «норми автентичності», яким користувачі мимоволі намагаються відповідати. Таким чином, у мережевій культурі ідентичність є не лише індивідуальним вибором, а й результатом впливу технологічних структур.

Отже, сучасна ідентичність у цифрову добу являє собою складний баланс між прагненням до автентичності та необхідністю її соціально-технологічного конструювання. Цей баланс відображає не тільки особистісний пошук, але й ширший культурний процес, у якому автентичність перетворюється на категорію, залежну від інформаційного середовища та мережових практик.

Що стосується причин, які призводять до конструювання автентичності у цифровому середовищі, то вони є досить різноманітними (див. табл. 1).

Таким чином, ми бачимо, що перехід від прагнення автентичності до її конструювання детермінований низкою факторів: глобалізаційними й культурними трансформаціями, поширенням мережових практик і цифрових технологій, психологічною потребою у визнанні та приналежності до спільнот, особливостями комунікативної динаміки в соціальних мережах, а також економікою уваги, де автентичність стає ресурсом для здобуття символічного чи соціального капіталу.

Висновки. У ході дослідження встановлено, що автентичність у класичному філософському та психологічному розумінні трактується як внутрішня цілісність і відповідність власній сутності, проте в умовах інформаційно-мережевої культури вона поступово трансформується у динамічний конструкт. Перехід від прагнення автентичності до її конструювання зумовлений низкою чинників: глобалізаційними й культурними трансформаціями, розвитком цифрових технологій і соціальних мереж, специфікою алгоритмізованих практик, потребою у визнанні та комунікативною відкритістю сучасного інформаційного простору.

Мережеві платформи не лише відображають індивідуальні самопрезентації, а й активно формують стандарти «справжності», задаючи рамки

Таблиця 1

Причини конструювання автентичності у цифровому середовищі

№ з/п	Причини	Основні характеристики
1.	Соціокультурні трансформації	- Глобалізація й зростання культурної мобільності створюють ситуацію множинності ідентичностей, де «бути собою» означає постійно адаптуватися. - Поширення постмодерних уявлень про «Я» як фрагментарне, змінне й відкрито-інтерпретаційне призводить до розуміння автентичності не як даності, а як процесу.
2.	Вплив цифрових технологій і соціальних мереж	- Алгоритмічні практики (лайки, рекомендації, тренди) задають стандарти «справжнього», стимулюючи до створення образів, які відповідатимуть очікуванням аудиторії. - Постійна потреба у самопрезентації в онлайн-просторі формує ситуацію, коли автентичність стає стилізованою та такою, що підлаштовується під формат платформи.
3.	Психологічні фактори	- Людина прагне визнання та прийняття у спільноті, тому змінює чи редагує свій образ, щоб відповідати «нормам мережі». - Захисні механізми психіки можуть сприяти створенню альтернативних образів «Я», які більш прийнятні для віртуального простору.
4.	Комунікативні умови мережевої культури	- Відкритість цифрових просторів розмиває межі між приватним і публічним, що змушує особистість контролювати й моделювати власну автентичність. - Взаємодія з іншими користувачами у формі швидких реакцій (лайк, коментар, репост) створює ситуацію «миттєвого дзеркала», у якому людина відчуває потребу коригувати власний образ.
5.	Економіка уваги та символічний капітал	- У сучасному інформаційному суспільстві автентичність стає ресурсом: «бути собою» = бути цікавим для інших, мати вплив і символічну вагу. - Конструювання автентичності часто пов'язане з прагненням здобути соціальний статус, професійний авторитет або економічні дивіденди через самопрезентацію.

для моделювання автентичності. Це призводить до появи феномену «стилізованої автентичності», яка поєднує щире самовираження з елементами адаптації до соціальних і технологічних умов.

Інтеграція філософських, соціологічних та психологічних підходів дала змогу виявити, що сучасна автентичність перестає бути статичною характеристикою особистості й постає як процес постійного самоконструювання, що здійснюється у взаємодії з культурними кодами, цифровими алгоритмами та соціальними очікуваннями.

Отже, автентичність у мережевій культурі є одночасно цінністю та викликом: вона відкриває нові можливості для самовираження й творчості, проте водночас несе ризики фрагментації ідентичності та залежності від зовнішніх оцінок. *Перспективним напрямом подальших досліджень* є вивчення механізмів збереження автентичності в умовах цифрової алгоритмізації, а також пошук стратегій гармонізації реального й віртуального «Я».

Література

1. Erikson E. Identity: Youth and Crisis. New York: Norton. 1968.
2. Taylor C. The Ethics of Authenticity. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1991. URL: https://www.academia.edu/12205563/Charles_Taylor_1992_The_Ethics_of_Authenticity_Cambridge_Harvard_University_Press
3. Giddens A. Modernity and Self-Identity. Stanford: Stanford University Press. 1991.
4. Castells M. The Power of Identity. Oxford: Blackwell. 1997.
5. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York: Basic Books. 2011.
6. Boyd. D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven: Yale University Press. 2014.
7. Хамітов Н. В. Історія філософії. Проблема людини та її меж. Вступ до філософської антропології як метаантропології: навч. посіб. зі слов. / Н. Хамітов, Л. Гармаш, С. Крилова; під ред. д-ра філос. наук, проф. Н. Хамітова; НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди, Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. 4-те вид. Київ: КНТ, 2016. 393 с.
8. Волинець В. О. Ідентичність особистості та специфіка її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2021. № 2. С. 31–36.
9. Онищук О. В. Ідентичність та кіберідентичність як психологічні категорії: деякі особливості концептуалізації та співвідношення. *Габітус*. 2025. Вип. 69. Т. 1. С. 203–207. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-5208>.
10. Токарева В. О. Трансформація віртуальної ідентичності: від множинності до єдиної автентичності в мережі інтернет. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2022. № 3. С. 47–52.
11. Мігіна С. В. Проблема формування ідентичності особистості у віртуальному просторі. *Габітус*. 2020. Вип. 14. С. 194–198.

12. Гончарова А. В. Елементи цифрової ідентичності. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія: право*. 2024. Вип. 83. Ч. 1. С. 187–191.

13. Токарева В. О. Формування категорії «віртуальна ідентичність» у мережі інтернет. *Часопис цивілістики*. Вип. 45. DOI <https://doi.org/10.32837/chc.v0i45.468>

14. Філософський енциклопедичний словник. URL: <https://9.slovaronline.com/2083-%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%B5%D0%B-D%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B-D%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C>

15. Автентичність. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Автентичність>

16. Шевченко В. В. Ретроспективний аналіз категорії «Ідентичність» в психології. *Наукові перспективи. Серія: Психологія*. 2023. №10 (40). С. 868–877. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-10\(40\)-868-877](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-10(40)-868-877)

Анотація

Голяк І. М., Гайналь Т. О., Дойчик М. В. Ідентичність особистості у дзеркалі інформаційно-мережевої культури: від прагнення автентичності до її конструювання. – Стаття.

У статті досліджено феномен ідентичності у дзеркалі інформаційно-мережевої культури, яка в умовах цифровізації та глобалізації стає одним із ключових чинників трансформації особистості. Актуальність теми зумовлена тим, що сучасне суспільство дедалі більше функціонує у віртуальному середовищі, де ідентичність перестає бути стабільною даністю і набуває ознак плинності, фрагментарності та конструйованості. Автентичність, яка традиційно трактувалася як внутрішня цілісність і гармонія людського «Я», у нових умовах усе частіше постає як продукт взаємодії з цифровими платформами, алгоритмами, мережевими очікуваннями й культурними кодами. Метою статті є міждисциплінарне осмислення конструювання ідентичності особистості під впливом інформаційно-мережевої культури.

Використано методи порівняльного аналізу, інтерпретації наукових текстів і міждисциплінарного узагальнення. Результати дослідження свідчать, що феномен автентичності зазнає глибокої трансформації. Якщо раніше автентичність ототожнювалась із вірністю власним цінностям і прагненням до гармонії, то в умовах цифрової культури вона виявляється у вигляді стилізованої чи навіть симульованої конструкції, яка формується у відповідності до алгоритмізованих практик та соціальних очікувань. Визначено основні причини такого переходу. Окремо підкреслено роль понять «віртуальна ідентичність» та «цифрова ідентичність»,

які відображають різні аспекти особистісного самовизначення у віртуальному середовищі. Якщо віртуальна ідентичність пов'язана з відчуттям належності до спільнот і формуванням образу «Я» у цифровій комунікації, то цифрова ідентичність включає всі дані про особу, збережені в інтернет-просторі, зокрема й ті, які можуть бути зібрані без її згоди.

Ключові слова: ідентичність, віртуальна ідентичність, цифрова ідентичність, самоконструювання, самовизначення, інформаційно-мережевий простір, міжкультурна комунікація.

Summary

Hoian I. M., Hainal T. O., Doichyk M. V. Personal identity in the mirror of information and network culture: from the desire for authenticity to its construction. – Article.

The article explores the phenomenon of identity in the mirror of information and network culture, which, in the context of digitalization and globalization, is becoming one of the key factors in personality transformation. The relevance of the topic is due to the fact that modern society increasingly functions in a virtual environment, where identity ceases to be a stable given and acquires the characteristics of fluidity, fragmentation, and constructability. Authenticity, traditionally interpreted as the internal integrity and harmony of the human “I,” in the new conditions increasingly appears as a product of interaction with digital platforms, algorithms, network expectations, and cultural codes. The aim of the article is an interdisciplinary understanding of the construction of personal identity under the influence of information and network culture. The methods of comparative analysis, interpretation of scientific texts, and interdisciplinary generalization were used. The results of the study show that the phenomenon of authenticity is undergoing a profound transformation. Whereas authenticity was previously identified with fidelity to one's own values and the pursuit of harmony, in the context of digital culture it manifests itself in the form of a stylized or even simulated construct that is formed in accordance with algorithmic practices and social expectations. The main reasons for this transition are identified. The role of the concepts of “virtual identity” and “digital identity,” which reflect different aspects of personal self-determination in the virtual environment, is emphasized separately. While virtual identity is associated with a sense of belonging to communities and the formation of a self-image in digital communication, digital identity includes all data about a person stored in cyberspace, including data that may be collected without their consent.

Key words: identity, virtual identity, digital identity, self-construction, self-determination, information and network space, intercultural communication.

Дата надходження статті: 29.08.2025

Дата прийняття статті: 15.09.2025

Опубліковано: 30.09.2025