

## ВІРТУАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

*Зварич Ігор Михайлович<sup>1</sup>, Чуйко Галина Василівна<sup>2</sup>,  
Чаплак Ян Васильович<sup>3</sup>*

<sup>1</sup> Доктор філологічних наук, професор, професор кафедри психології, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2033-5054>  
Researcher ID: E-6591-2016

<sup>2</sup> Кандидат філологічних наук, доцент кафедри психології, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3424-3348>  
Researcher ID: D-9477-2016

<sup>3</sup> Кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, м. Чернівці (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6763-2967>  
Researcher ID: D-4081-2016

UDC: 316.472.4

### АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена теоретичному аналізу проблеми ідентифікації людини у мережі Інтернет та дослідженню феномену віртуальної ідентичності особистості.

Прслідковуються перебіг процесу віртуальної ідентифікації особистості в Інтернет-просторі та шляхи створення віртуальної ідентичності.

Досліджується феномен множинної ідентифікації людини в Інтернет-мережі, пов'язаний як з періодом анонімно-го існування Мережі та бажанням вивчити себе та свої можливості щодо оптимального представлення себе у віртуальному просторі, з одного боку, так і з відсутністю адекватного розуміння себе, своєї реальної ідентичності сучасною віртуалізованою людиною, з іншого.

Констатується, що гра та комунікація у віртуальному просторі стають факторами формування віртуальної ідентичності, яка є одним зі свідчень трансформації ідентичності сучасної людини – представника інформаційного суспільства.

Зроблено висновок, що в Мережі, частково – завдяки її анонімності, людина схильна маніпулювати враженням про себе. В результаті створюється не стільки віртуальна ідентифікація особистості, скільки множина образів-масок, симулякрів (які насправді лише приховують користувача, видаючи бажане за дійсне), за якими реальна ідентичність відсутня.

**Ключові слова:** реальна ідентичність, віртуальна ідентичність, мережева ідентичність, самопрезентація, самореалізація, множинна ідентифікація, трансформація ідентичності.

**Постановка проблеми.** Життя людини в інформаційному суспільстві (як сформованому, так і на стадії формування) поступово стає неможливим без залученості її до всесвітньої електронної павутини та застосування різноманітних за призначенням гаджетів. В Мережі сучасна людина шукає відповіді на безліч

запитань. Саме Інтернет став для неї практично невичерпним джерелом інформації: як тієї, що стосується подій у світі, так і спеціалізованої чи професійної (наукової, технічної, художньої тощо). І саме Інтернет-простір застосовується користувачами Мережі для організації віртуальних зустрічей і спілкування. Особливо

Address for correspondence, e-mail: [editpsychas@gmail.com](mailto:editpsychas@gmail.com)  
Copyright: © Yan Chaplak, Igor Zvarych, Halyna Chuyko

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

це стало очевидним в умовах карантинної ізоляції, внаслідок чого людина майже «переселилася» у віртуальний світ Інтернету, проводячи в ньому багато часу і використовуючи його як засіб для роботи, так і для організації дозвілля, відпочинку.

Проте роль Інтернету не обмежується інформуванням громадян як щодо того, що відбувається у країні та світі, так і щодо потрібних чи необхідних знань, та розвагою для бажаючих. Інтернет – це цілий віртуальний світ, своєрідна паралельна реальність, позбавлена більшості обмежень і заборон, присутніх у справжній реальності. Не виключено, що саме усвідомлення цього ослаблює свідомий контроль (і самоконтроль) людини за якістю інформації, яка отримується нею з мережі Інтернет (полегшуючи / уможливаючи здійснення прихованого маніпулятивного впливу на індивідуальну і колективну свідомість), та тією, яку вона сама вирішує віддати електронній мережі.

Крім того, з розвитком інформаційних технологій та включенням їх до реального життя, у людини, на думку О.В. Тихонова, «виникає необхідність бути представленою» в новому просторі Інтернет, оскільки зараз «факт перебування людини в Мережі є однією з умов соціалізації» (Тихонов, 2011). Більше того, мова йде про формування віртуальної ідентичності особистості в мережі Інтернет.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Проблема віртуальної ідентифікації користувача Інтернету та її співвідношення з реальною досліджувалося багатьма науковцями, серед яких назвемо Sh. Turkle, J. Suler, О.С. Войскунського, О.С. Євдокименко, О.В. Тихонова, Л.Ф. Косенчук, О.Ш. Тхостова, О.І. Рассказову, Є.Г. Єфимова, К.І. Богомолу, В.В. Проніна, М.В. Єгупова, К.А. Алексєєву, А.О. Краснякову, Н.С. Козлову, Н.М. Дашенкову, Я.С. Посохову, Х.І. Турецьку, О.Л. Солдатову та Д.М. Погорелова, ін. Проте аналіз сучасних досліджень феномену віртуальної ідентичності людини в Інтернет-просторі і сьогодні продовжує залишатися актуальним і остаточно не завершеним, оскільки пояснення основних питань, що стоять названої проблеми досі науково не обґрунтовані, що й уможливило наше дослідження.

**Мета** цієї статті – теоретично проаналізувати феномен віртуальної ідентичності людини в мережі

Інтернет і через порівняння її з реальною ідентичністю особистості обґрунтувати їх різницю.

**Методами** даного дослідження послужили: теоретико-методологічний аналіз позицій вчених, осмислення, порівняння, класифікація й послідовне узагальнення основних положень наукових джерел, що релевантні до проблеми та мети статті.

**Виклад основного матеріалу.** І початковим моментом для розгляду феномену ідентичності особистості є поняття самопрезентації: Інтернет як нове середовище комунікації «стає сферою самопрезентації та самоствердження індивіда, розширюючи можливості людини» (Солдатова, & Погорелов, 2018).

Драматургічну модель соціальної взаємодії, що, за суттю, є теоретичним обґрунтуванням самопрезентації особистості, створив І. Гоффман (Goffman, 1969). Він розділив світ на сцену та лаштунки, зазначивши, що почуваячись на «сцені» (тобто, коли людині здається, що у неї (як актора) є глядачі, які слідкують за нею (за її грою), оцінюючи її), вона грає свою роль (презентує себе). Перебуваючи ж за лаштунками (коли людина не думає, що є об'єктом спостереження), вона може дозволити собі не грати, не влаштувати виставу, а бути собою, з усіма перевагами та недоліками (Чуйко, & Гуляс, 2016).

У випадку, коли людина вважає / знає, що її оцінюють, особливо, якщо майбутнє ставлення співрозмовника особистісно значиме для неї, вона, що цілком логічно, вдається до представлення себе: намагається ретельно контролювати враження, яке справляє на людей (співрозмовників). «Ми починаємо більше турбуватися про вигідне представлення себе, коли спостерігачі можуть вплинути на те, чи досягнемо ми своїх цілей, коли ці цілі важливі для нас і коли ми думаємо, що у спостерігачів формується не таке враження, яке ми хотіли б створити» (Чалдини, Кенрик, & Нейберг, 2002 : 139). При цьому І. Гоффман цілком слушно зазначає, що ця «роль» має узгоджуватися із загальноприйнятими цінностями суспільства навіть більше, ніж типова поведінка людини (наприклад, тому, що індивід цілком усвідомлює, що його співрозмовник також не збирається розкривати перед ним свою внутрішню суть, а займається самопрезентацією у відповідь, дотримуючись правил благопристойності).

А самопрезентація – це створення бажаного / очікуваного враження про себе для того, щоб сподобатися, бути прийнятним «важливими людьми», з одного боку, та імітація потрібного образу Я, необхідного у цій ситуації, – з іншого: «людина має право бути впевненою в собі та своєму майбутньому, – слушно зазначив Е. Фромм, – якщо поводить відповідно до очікувань інших» (Фромм, 1998 : 313).

Власне, в Інтернет-просторі користувачі намагаються саме представляти себе іншим / Інтернет-спільноті, створити бажане і прийнятне для соціальних норм, прийнятих у ній, враження, імітуючи потрібні якості, риси та щирість у спілкуванні: а самопрезентація орієнтується на стереотипні уявлення про те, як має виглядати і що говорити людина у певній ситуації. Проте, лише користувач Інтернету вирішує, наскільки «об'ємною та достовірною» вона буде, адже неофіційні правила Мережі «сприймають особистість... як маску» (Пронін, 2011), яка має надійно приховувати людину в Інтернеті, проте, насправді, навіть використана маска досить багато говорить про неї. У тому ж випадку, коли користувач вводить в Мережу хибні дані про себе, ступінь їх переконливості залежатиме від «здатності особистості до перевтілення» (Косенчук, 2014). І, тим не менше, «у віртуальних проєкціях ідентичності людина розкриває себе, свої можливості, про які вона раніше не знала» (Косенчук, 2014).

А.Є. Жичкіна слушно зазначає, що саме анонімність спілкування, доступна людині в Інтернеті, «збагачує способи самопрезентації людини» в Мережі, даючи їй можливість бути такою і тією, ким схоче (Богомолова, 2014). І це, з одного боку, – можливість краще презентувати себе, з іншого, – можливість самопізнання, більш глибокого, ніж у реальності. Проте, крім того, це може привести і до ситуації, коли «всі приховані психологічні комплекси» людини розкриваються оточуючим (Богомолова, 2014).

Насправді ж, презентація людиною себе в Інтернет-мережі дуже часто є маніпулюванням враженням про себе, імітацією щирості, що в подальшому – стане базою для продовження маніпуляції; а кожний маніпулятор за своєю суттю – це імітатор: він не намагається «бути», а хоче «здаватися», він більше обіцяє, ніж робить, він видає чужі думки за власні, більше говорить

про почуття, ніж насправді відчуває, лише робить вигляд, що живе, насправді задовольняючись існуванням у світу; і ніхто не здогадується, який він насправді: свою сутність він ретельно приховує (Чуйко, 2018).

Крім того, зі збільшення часу, що став відводиться людиною на перебування в мережі, викликане об'єктивною необхідністю і розумінням обставин, що привели до цього, стало досить корисно усвідомлено підійти до реалізації цієї потреби, навіть у тих користувачів Інтернету, які і раніше були завідниками мережі. З'явилася можливість задуматися над власним іміджем та презентацією себе в мережі.

Другим боком ситуації стало формування віртуальної ідентичності особистості: образу Я, яким вона вирішила представити себе в Мережі, рідко коли задумуючись над питанням, наскільки він відображає її реальне уявлення про себе у повсякденному житті. За S.Turkle, Інтернет, як ознака постмодернізму, поступово перетворюється на соціальну лабораторію, де людина отримала можливість «створювати і перебудовувати себе», змінювати власну ідентичність за бажанням (Turkle, 1995). Проте віртуальна ідентифікація людини, на відміну від реальної, цілком контролюється Інтернет мережею: ці повідомлення, навіть у випадку наступної зміни чи її видалення, закріплюється у всесвітній павутині (а Інтернет нічого не забуває!). Парадоксально, але в цьому сенсі це навіть більше відповідає змісту поняття «ідентичність», ніж особистісна ідентифікація у реальному житті, оскільки у реальності людина дуже рідко намагається зрозуміти себе чи відповісти собі на питання «хто я?», прагнучи самоаналізу. Тоді як в Інтернеті, обираючи, використати аватар чи «нік» (і, якщо так, то які саме), представляючи себе символічно (а «сторінки в соціальних мережах» «дозволяють користувачам легко і вільно конструювати символи, які відображають реальну ідентичність їх особистості» (Косенчук, 2014)), чи своє справжнє фото, людина цілком усвідомлює, якою вона є та якою хоче бути для інших. Певний парадокс.

Обираючи для представлення в Інтернеті аватар і навіть створюючи свій віртуальний імідж на основі ідеально-бажаного образу Я з реальним іменем, людина усвідомлено чи ні перетворюється на гравця віртуальної реальності (*homo ludens*), проте, оскільки прави-

ла імітації ідентичності у кожного свої, вони не можуть впливати ні на процес, ні на результат гри, а з часом взагалі втрачають будь-яке значення, тому можуть змінюватися практично кожен раз, коли користувач заходить в Інтернет-мережу з метою удосконалити власний образ (та імпліцитно – Інтернет-ідентичність) (Чуйко, & Зварич, 2019).

Проте ідентичність людини певною мірою суперечить її самопрезентації, що, за суттю, приховує індивідуальність за маскою. Так, В.В. Пронін (2011) зазначає, що ідентичність має визнаватися / пізнаватися самою людиною, групою / спільнотою, до якої вона належить, та іншими людьми, зовнішніми стосовно ін-групи приналежності людини, тобто, ідентичність людини є ідентичністю для всіх. А, на думку І. Гоффмана, «у певному сенсі, оскільки маска ... представляє роль, яку ми намагаємося виправдати своїм життям, – ця маска є наше більш справжнє Я, ніж те Я, яким би нам хотілося бути. У решті-решт наше поняття про нашу роль стає другою натурою та складовою нашої особистості» (Goffman, 1969): ми поступово вживаємося у найбільш використовувану роль реальної та / або віртуальної ідентичності.

Варто зазначити, що ґрунтовному аналізу феномену ідентичності значну увагу приділив Е. Еріксон, згідно якого, ідентичність – це упевненість людини в тому, що «внутрішня тотожність і цілісність», які є результатом її розвитку в минулому, «відповідають тотожності та цілісності особистості, якою її бачать оточуючі» (Фрейджер, & Фейдимен, 2002 : 232). Розглядаючи ж ідентичність з різних поглядів / сторін, вчений виявив, що це водночас усвідомлене відчуття власної ідентичності та неусвідомлене прагнення до цілісності особистого характеру; критерій для процесу синтезу еґо та внутрішня згода з груповими ідеалами та груповою ідентифікацією (Фрейджер, & Фейдимен, 2002 : 238). Тоді як синтез ідентичності відбувається через взаємодію з іншими людьми, завдяки чому формується спільна картина світу та стійкі міжособистісні стосунки.

Н.М. Дашенкова вважає, що важливою внутрішньою суперечністю феномена ідентичності, є суперечність між її тлумаченням як самототожності та цілісності («Я є Я»), та як «особистісної та соціальної визначеності», належності до певної спільності / групи («Я є

хтось») (Дашенкова, 2014). Я.С. Посохова (2015) додає, що саме таке розуміння ідентичності запропонував і Е. Еріксон.

На нашу думку, цікаво, що А. Маслоу, який досить критично ставився до ролі суспільства в самоактуалізації окремої особистості (так, він вважав, що, з одного боку, суспільство необхідне людині, оскільки лише в ньому самоактуалізація можлива, проте, з іншого, – воно намагається зробити людину своїм шаблонним представником, замінивши її судження та смаки на загальноприйнятні), навіть вважаючи, що людина відчуває спільність з усім людством, звернув увагу на другий аспект ідентифікації – потребу людини в належності до групи (соціуму, тому що зрозуміти себе людина може, лише отримуючи інформацію про себе від інших людей) та прийняття нею. Реалізація цієї потреби дозволить людині усвідомити власну природу, своє Я, що є серцевиною та сутністю індивіда. Проте, А. Маслоу зазначав, що ідентифікація особистості з іншими людьми, людством, у зовнішньому плані має оптимально поєднуватися з відчуженням (закритістю) людини у внутрішньому плані, в контексті розвитку самосвідомості особистості та збереження власної унікальної індивідуальності. Лише таке поєднання, на думку психолога, дозволить людині ефективно спілкуватися з оточуючими, залишаючись собою (Зварич, Чуйко, & Колтунович, 2019).

Тоді як Е. Фромм, акцентуючи на ролі суспільства у розвитку особистості (оскільки, живучи в певному соціумі, людина не може уникнути його впливу), серед її екзистенційних потреб крім потреби в укоріненні та встановленні зв'язків зі світом, взаємодії з ним, належністю до нього і досягненні в результаті власної цілісності («не ототожнюючи себе ні з чим і ні з ким, ми ризикуємо втратити розум» (Зварич, Чуйко, & Колтунович, 2019)) назвав і потребу в самототожності (усвідомленні себе окремою сутністю, необхідності відповідати за власні дії і свободи зберігати свою індивідуальність), тобто він виділяє обидва аспекти ідентифікації особистості. Е. Фромм також зазначив, що більшість людей сучасного суспільства самоідентифікація сприймається саме як прихильність до іншої людини чи відданість певним соціальним інститутам.

В. Декомб вважає, і ми цілком із цим згодні,

що, за суттю, питання про ідентичність – це питання тотожності людини собі в першій особі однини (відповідь на запитання «Хто є я?») (Єгупов, 2015). І у філософії чи психології, на думку О.Ш. Тхостова та О.І. Рассказової, ідентичність традиційно розглядається як «знання, уявлення та переживання, що дають основу самототожності, про які людина може сказати: «це я»» (Тхостов, & Рассказова, 2012).

Тоді як О.Л. Солдатова і Д.М. Погорелов пропонують власне визначення поняття: «Ідентичність особистості – це динамічна система уявлень особистості про саму себе, що складаються в ході самовизначення індивіда і його визначення значимими для нього іншими» (Солдатова, & Погорелов, 2018).

При цьому ідентичність, будучи «смысловим наповненням реальності», не лише сприймається соціумом, але й впливає на різні «соціальні структури, зв'язки, на сам спосіб життя людини в суспільстві, на досягнення автентичності її буття» (Богомолова, 2014).

К.Б. Шнейдер, проаналізувавши наукову літературу з проблеми ідентичності, виділила три основні її розуміння: як цілісність особистості та її інтегративну властивість; як ступінь відповідності людини нормам / вимогам групи та як самість, справжність індивіда. Тоді як П. Рікер описав розуміння людиною власної ідентичності шляхом нарративу: розповіді про себе та своє життя (Посохова, 2015 : 218). А Д. Де Грація вважає за потрібно розмежувати числову та описову ідентичності. Числова ідентичність полягає в існуванні людини протягом певного часу як однієї (очевидно, неповторної, оскільки в одному числі) істоти, описова – містить систему уявлень людини про себе, що сформувалися на основі досвіду її діяльності та комунікації (Тхостов, & Рассказова, 2012). Хоча, на нашу думку, наскільки раціональним є цей поділ, якщо одна «ідентичність» не може існувати без іншої?

Підсумуємо: ідентичність особистості – це те, якою людина є насправді, за своєю глибинною суттю, з усіма позитивними і успішними рисами та недоліками, зі своїми прагненнями, бажаннями, цілями та цінностями, моральними принципами та ідеалами; з уроками, винесеними з минулого життєвого досвіду та потенційними можливостями і смислами, зі спрямуванням до саморозвитку і самоздійснення, з почуттям цілісності,

самодостатності та власної гідності; з відображенням себе в інших людях та рефлексії їх оцінки себе. Це система динамічна (оскільки поведінка людини і сама вона вимушені змінюватися зі зміною ситуації), але цілісна. І найкраще останню тезу ілюструють спроби людини створити віртуальну ідентичність в Інтернет-мережі.

Зазначимо також, що криза (або трансформація) ідентичності в інформаційному суспільстві, яку часто обговорюють сучасні науковці, «виражається в деформації її сутнісних ознак»: цілісність, стабільність системи екзистенційних цінностей особистості та її поглядів на світ і спадковістю «стають неможливими і навіть непотрібними» (Єгупов, 2015 : 151), оскільки позбавляє особистість можливості як адекватної соціалізації у постійно змінюваному суспільстві, так і перспектив самореалізації. Додамо, що Е. Еріксон суть цієї кризи визначив значно точніше: вона проявляється в тому, що «людина не знає, хто вона насправді» (Фрейджер, & Фейдимен, 2002 : 238).

На думку В.В. Проніна, трансформація ідентичності сучасної людини полягає в тому, що вона отримує нові можливості ідентифікації, недоступні їй раніше, в результаті чого відбувається часткова або повна зміна віртуальної ідентичності людини, чому сприяє перенесення «багатьох повсякденних практик в Інтернет-простір», зокрема тих, що зачіпають ключові сфери життя людини (Пронин, 2011). Вчені також зазначають, що іншою причиною трансформації / кризи ідентичності є «руйнування ідентифікаційних механізмів» (Краснякова, 2018) людини внаслідок відмови її від історичного досвіду та розриву з традиціями, що веде за собою втрату залежності «від землі», відчуття «бездомності» та проблеми з ідентифікацією. На нашу думку, тут не зайве пригадати «першоджерело» описаної ситуації – людську дилему Е. Фромма, яка виглядає ще більш ускладненою в інформаційному суспільстві: не лише відрив сучасної людини від природи, позбавлення багатьох інстинктів на користь ratio, але й відхід її від повсякденного життя в соціумі в нову реальність – Інтернет-простір і вимір (Зварич, Чуйко, & Колтунович, 2019).

Соціально-психологічний вплив віртуальної реальності (ілюзія співучасті) виступає штучним стимулятором катарсису (Маньковская, 2002). Особистість

занурається в штучно сконструйовані галюцинації, керовані сні, жахи, змінені стани свідомості, в яких стимулюється вербальними та візуальними засобами підсвідомість.

І вже не викликає сумнівів Інтернет-залежність великої кількості людей, що на початку нашого сторіччя розглядалося як досить суперечливе чи сумнівне явище. Така залежність, на думку психологів, породжує дистанціювання від реального світу, непереборне бажання повертатися у світ віртуальний, ускладнює соціальні контакти. Новітні феномени такої залежності, віртуальної іміграції, загальновідомі, вони особливо притаманні людям високоцивілізованих мегаполісних спільнот.

Удосконалення та ускладнення віртуальної реальності, розширення її можливостей виводять на рівень вирішення цілу низку не тільки моральних, етичних, але й правових проблем. Ми є свідками численних скандальних ситуацій особистісного рівня і навіть рівня світового геополітичного характеру. До прикладу, скандал з Б. Клінтоном, пранкерські дзвінки багатьом політичним діячам, сфальшовані голоси відомих людей.

Анонімність позиції у віртуальній реальності, як зазначалося раніше, стимулює волонтаризм вчинків і формує характерну деформацію ціннісних установок особистості.

Віртуальна реальність створює нове буттєве середовище, яке вимагає обов'язкового усвідомленого дистанціювання від нього як від такого, що має здатність до підкорення собі та поглинання. Таке дистанціювання передбачає ясне бачення допоміжної, вторинної ролі віртуальної реальності, а не альтернативного заміщення об'єктивного світу, в якому особистість в процесі актуалізації часто втрачає засадничі орієнтири і аксіологічні виміри життя.

Аналіз віртуальної ідентичності людини ми почнемо зі слухної і цілком обґрунтованої і зваженої думки К.І. Богомолів (2014), що пошук суті та змісту поняття «ідентичність» динамічними процесами віртуальної Мережі як збагачується, так і ускладнюється (що і відображає, на нашу думку, амбівалентну суть Інтернету). І не виключено, що саме «протест проти знайомої реальності» та «існуючої картини світу», з одного боку, та «нездатність ідентифікуватися у реальному сві-

ті» (Фрейдджер, & Фейдимен, 2002) чи для «компенсації дифузності, неінтегрованості ідентичності реальної» («Інтернет не тільки інформаційне, а і «самоідентифікаційне» середовище (Турецька, 2010)) стали підґрунтям не просто для спроб віртуальної ідентифікації, а для експериментування з ідентичністю, гри з різними її варіантами, організація завдяки використанню віконечок Інтернету «спектаклів ідентичності» (Turkle, 1995) як результату вивчення себе і своїх можливостей у Мережі, – для множинної ідентифікації, для існування в Інтернет-просторі віртуальних субособистостей: кожна – для своєї ролі: «незаперечним є факт, що віртуальна реальність дає всі можливості людині, щоб прикинутися «багатьма» і стати носієм поліідентичності, ... чому може сприяти анонімність, що зберігається» (Богомолів, 2014). Це, власне, «характеризує життя в постмодерністському суспільстві» (Turkle, 1995), культура якого, згідно Ф. Джеймсона, віддає перевагу не глибинному (справжньому), а поверховому – симуляції (Аристархова, 1998), і чим більше бажання людини видаватися іншою особистістю, кимось іншим, тим сильніше трансформована віртуальна ідентичність (Солдатов, & Погорелов, 2018) і, додамо, тим більшу кризу переживає реальна. На думку В.В. Проніна, в Мережі звичний, з погляду культури, образ людини змінюється, втрачаючи цілісність, єдність, «розпадаючись на множину «я», які стають цілісністю лише у реальному світі», оскільки віртуальному – цілісність непотрібна: в «Мережі кожен логін живе власним життям» (Пронін, 2011). Це, зазначимо, відображає думку постмодерну щодо фрагментарності суб'єкта та про децентралізованість і множинність його Я, що й проявляється у віртуальному просторі Інтернету (S. Turkle додає, що в Мережі людина здатна створювати себе, рухаючись від одного Я до іншого (Turkle, 1995 : 178; Аристархова, 1998). При цьому користувач Інтернету, зважаючи на анонімність у Мережі, створюючи власну віртуальну ідентичність, здатний навіть зневажати соціально прийняті норми поведінки та цінності (Алексеева, 2019).

Вчені схильні пов'язувати тенденцію до множинної віртуальної ідентифікації з розвитком Інтернету в 90-ті рр. минулого століття («ранніми етапами віртуа-

лізації буття особистості») та періодом анонімності мережі: «у віртуальному середовищі» створення «ідеального образу Я» вимагає значно менше затрат, проте супроводжується значною спокусою та можливостями «викривлення цього образу» (Богомолова, 2014). При цьому множинні ідентифікації іноді називаються альтернативними (Косенчук, 2014; Богомолова, 2014; Войскунский, Евдокименко, & Федуніна, 2013), оскільки відрізняються від реальної.

Значимо, що насправді проблема множинності віртуальних образів Я особистості цілком співвідносна з множинністю ідентифікацій особистості у реальному житті: адже вона різна (тобто, демонструє різні ідентифікаційні образи) у спілкуванні з різними людьми / групами. Ще одним схожим моментом двох ідентичностей є бажання особистості в обох вимірах: реальному та віртуальному, – маніпулюючи враженням про себе, створювати таку ідентичність, яка б сподобалася й була прийнятою значимим колом комунікації, відповідала їх очікуванням. Проте, множення образів Я (ідентичностей) в Інтернет-просторі створює проблему тотожності особистості собі як можливості її впізнаваності.

І навіть множина усіх віртуальних ідентичностей (образів, аватарів Я), використовуваних у Мережі людиною, у сумі не можуть скласти її реальну ідентичність: по-перше, вони в кращому випадку символічні і відображають окремі характеристики реальної, у гіршому – лише симулякр, набір рис, які абсолютно не відповідають реальності (реально не існують); по-друге, сформована реальна ідентичність людини, навіть з урахуванням її динамічності та змінюваності з плином часу та набуттям людиною якісно нового життєвого досвіду, є в певному сенсі гештальтом: цілісністю, суть якої не зводиться до простої суми навіть її реальних частин (а тим паче, віртуальних).

Отже, в процесі розвитку мережевих технологій, спочатку анонімність Інтернету, що користувачами асоціювалася зі свободою, всюдозволеністю та відсутністю відповідальності, заохочувала користувачів формувати ідентичність максимально далеко від реальності (псевдо- чи симулякр-ідентичність), створювати те, чого насправді не існує. За Дж. Сулером, анонімність у Мережі може переслідувати дві дуже різні цілі: дозво-

ляє шляхом знуцання (тролінгу) з іншої людини, збиткування з неї, реалізувати свою неприйнятну з погляду соціуму потребу чи переживання; або – бути щирим, чесним, відкритим зі співрозмовником щодо певного питання / проблеми, яку можна обговорювати і при особистій очній зустрічі (Suler, 1998), зазначимо, що саме мета визначає поведінку людини в Інтернет-просторі.

Наступним кроком розвитку віртуальної ідентичності стала схильність членів соціальних мереж давати більше справжньої інформації про себе, тобто Інтернет-ідентифікація стала набувати рис реальної ідентичності особистості. Коли ж у користувачів з'явився Інтернет-профіль, у якому можна було вказати різні сторони особистості, у тому числі інтереси та переваги, активно проявилася схильність презентувати в Інтернеті себе-ідеального, точніше, ідеалізованого, для створення «правильного» (бажаного) враження про себе (Алексеева, 2019 : 180). Проте, тут не зайвим буде знову пригадати І.Гофмана та його думку, що самопрезентація – процес двоякий: в той час, як людина доволіно (контрольовано) відкриває бажану інформацію про себе з метою створення сприятливого враження, вона водночас мимовільно видає себе (Чуйко, & Гуляс, 2016). О.Л. Солдатова і Д.М. Погорелов (2018) слушно зазначають, що в Інтернет-мережі відбувається те саме, хоча здатність користувача контролювати враження про себе дещо збільшене.

З розвитком же соціальних мереж, особливо на початку XXI ст., на думку науковців, «Інтернет став платформою для відновлення стабільності ідентичності» (Тихонов, 2011), а тенденція до анонімності у віртуальному просторі змінилася на «прагнення людини заявити про себе справжню» (Богомолова, 2014), проявляючи он-лайн реальну ідентичність (Тихонов, 2011) «через формування змісту своїх персональних сторінок, кола своєї соціальної... взаємодії» (Богомолова, 2014) для «точного міжособистісного сприйняття» (Тихонов, 2011).

Тоді ж з'являється думка, про взаємовплив реальної та віртуальної ідентичності («нерозривність зовнішнього та внутрішнього світу особистості відображається і в єдності он-лайн та офф-лайн буття особистості» (Богомолова, 2014)) та про те, що у віртуальному

світі створення образу Я може здійснюватися трьома шляхами: копіювання реальної ідентичності людини (відображення її в Інтернет-просторі); створення віртуальної ідентичності, відмінної від реальної чи альтернативної їй; або, за Дж. Сулером, поєднання елементів реальної та віртуальної ідентичностей у «гібридній» ідентичності (Краснякова, 2018). Із цією позицією цілком узгоджується думка вчених, що «профілі користувачів соціальних мереж ідеалізовані» (Косенчук, 2014), отже, не відображають реальну особистість, та зізнання самих користувачів, що вони певною мірою схильні «фальсифікувати відомості про себе» (Солдатова, & Погорелов, 2018): «сьогодні можна вибрати собі будь-яку ... маску» (і не одну), з різними характеристиками та різним ступенем розгорнутості, описом рис і властивостей особистості, особистою історією (Пронін, 2011). Компромісною у цьому контексті виглядає думка Т. Омонії про те, що образ, який користувач Мережі пред'являє спільноті, «є відображенням його ідентичності лише в конкретний момент ідентифікації» (Краснякова, 2018), а, враховуючи те, що люди змінюються постійно, ця думка виглядає, на нашу думку, об'єктивно слушною.

Варто додати, що ми не можемо цілком погодитися з дослідниками щодо того, що особистість в Інтернеті прагне представити себе справжню, реальну, як у житті, і навіть аватар є «символічним об'єктом, що відображає справжню суть «я»», «віртуальною оболонкою» як «проекцією реальної ідентичності», а характер самопредставлення залежить від здатності індивіда перетвілюватися (в іншого) (Косенчук, 2014). Особливо категоричною, як на нас, виглядає думка І.В. Костеріної, що людина не хоче використовувати такі переваги Мережі, як анонімність чи застосування соціальних масок (Косенчук, 2014). Це, швидше, видавання бажаного за дійсне. Досі існує частина користувачів Інтернету, які зроблять усе, щоб залишитися невпізнаними, при цьому вони «конструюють» (а не лише трансформують) свій Інтернет-імідж так, щоб він ніяк не нагадував реальну особистість, змінюючи навіть аватар, якщо їм здалося, що за ним їх хтось впізнав. І навіть аватари в сучасній мережі не є символічним відображенням суті власного Я людини, скоріше, приховуванням цієї суті, більш того, навіть реальна особис-

тість – це теж соціальна маска, що приховує внутрішню суть, самість людини, її індивідуальність. Й у цьому особистість людини та її самопрезентація в Інтернет-мережі схожі.

К.А. Алексеева зазначає, що головними факторами зміни реальності (і самопрезентації) в Інтернет-просторі стали гра та особливий тип спілкування (Алексеева, 2019). На нашу думку, гра виявилася домінуючою при експериментуванні людини з власним образом Я в Мережі та створенні множинних ідентифікацій особистості, тоді як спілкування (Інтернет-комунікація) – при переході до представлення в Інтернеті більш реального образу Я користувача та його віртуальної ідентифікації.

Цікаво, що Д. Бойд однією з проблем, з якою стикається дослідник ідентичності в Інтернеті, цілком обґрунтовано вважає «проблему інтерпретації», тобто оцінка користувача, на його думку, не може бути об'єктивною без урахування «контексту, в якому він створював власний образ» Я, соціальної групи / Інтернет-спільноти, для представлення себе якій (та ідентифікації з нею) людина сформувала саме такий образ / профіль, ідеалізуючи себе (Єфимов, 2013) (додамо: не лише цікаво, але й дещо парадоксально, але віртуальна ідентичність людини може вважатися цілком реальною у віртуальному світі), особливо в контексті думки S. Turkle, що «віртуальна реальність для багатьох людей сьогодні більш реальна, ніж саме реальне життя» (Turkle, 1995). Додамо: насправді, у кожній людини – свої межі реальності.

Адже така самопрезентація, як спосіб керування враженням про себе, створюється, орієнтуючись на цінності, норми та культуру відповідної соціальної Інтернет-групи. Правда, у нас у зв'язку із цим виникає нериторичне запитання, чи можна у цьому випадку говорити про ідентичність особистості? Скоріше, лише про соціальну Інтернет ідентифікацію з елементом конформізму. Справжня ж ідентичність залишається на другому плані, прихована, доступна лише для близьких друзів. Оскільки, для нас, ідентичність людини – це, перш за все, самототожність, ідентифікація із собою справжнім, переважно реальним (оскільки ми допускаємо, що ідентифікуючись в Інтернет-мережі, людина може частину справжньої інформації про себе прихова-



ти, або повідомити навіть таку інформацію про себе, яку з тих чи інших причин не хоче включати до реальної ідентичності), але не без елементів бажаного, ідеального, що може реалізуватися у найближчому майбутньому; а соціальна ідентичність – це ідентифікація зі значимою для особистості групою, до якої вона воліла б належати, якою хотіла б бути прийнята.

Крім того, на нашу думку, ідентичність людини в Інтернеті значною мірою залежить від ставлення її до себе, власної ідентифікації в реальному світі. І, оскільки можливі два варіанти самоставлення (адекватне та неадекватне), то можемо відповідно уявити варіанти віртуальної ідентифікації користувача Інтернету. Проте, однозначно зіставити (позитивне ставлення до реальної ідентичності – реальна ідентифікація в Інтернет-мережі) сприйняття людиною власної ідентичності у реальному світі з образом, ідентифікацією в Інтернет-мережі неможливе. Можемо лише припустити, що, якщо в житті людина подобається собі, приймає себе такою, як є, позитивно ставиться до свого Я, вона буде менше схильна приховувати себе-справжню в електронній мережі; а людина, незадоволена ідентифікацією у реальному світі (чи самим світом), яка не може прийняти власні об'єктивні відповіді на запитання «Хто я?», залежно від того, чому саме (через завищену чи занижену самооцінку), буде використовувати Інтернет-ідентифікацію як варіант компенсації. Хоча, в обох випадках не можна виключити варіант ігрового елементу у віртуальній ідентифікації (того, що з ідентифікацією себе в Інтернет-мережі користувачу захочеться «погратися»), симулякру чи імітації ідентичності.

Крім того, про невирішеність проблеми свідчить і те, що науковці використовують різні за звучанням (проте, не за суттю) поняття для позначення віртуальної ідентичності: «електронна ідентичність», *fantasy-ідентичність*, «кіберідентичність», мережева ідентичність», «метаідентичність», «ідентичність у віртуальному просторі» тощо (Войскунський, Евдокименко, & Федуніна, 2013; Косенчук, 2014). Проте більш ґрунтовно зупинилися вони на розрізненні понять віртуальної та мережевої ідентичності, між значеннями яких помітили суттєву відмінність за «процесами ідентифікації». Так, при віртуальній ідентифікації людина – це вільний мандрівник по мережі, що має просторово-часові характе-

ристики (Пронін, 2011) і її реальна ідентичність при цьому не порушується: людина усвідомлює її, як можливість в Інтернеті імітувати виконання своїх реальних бажань. Тоді як у випадку мережевої ідентифікації, людина ідентифікує себе з певною Інтернет-спільнотою (наприклад, з ігровою чи комунікаційною). А, згідно Дж. Сулера, мережева ідентичність – це «здійснення мрії, нездійсненої в реальності, мрії про силу і могутність або про приналежність і розуміння» (Пронін, 2011). Єфімов додає, що ця ідентифікація може бути сильно чи слабо вираженою (Єфімов, 2013). Хоча де-хто з науковців вважає ці поняття настільки близькими за значенням, що вони є взаємозамінними (синонімами) (Пронін, 2011).

На думку ж О.С. Войскунського та О.С. Євдокименко, термін «віртуальна ідентичність» варто застосовувати для характеристики он-лайн активності особистості, пов'язаної з використанням «технічних систем віртуальної реальності», спеціальних засобів, тоді як мережева ідентичність – це прояв легкості у зміні ідентичності на альтернативну, множинну та навіть протилежну реальній (Косенчук, 2014).

І, нарешті, своєрідний підсумок підводить В.В. Пронін (2011), зазначаючи, що ні одна із цих «ідентичностей» не є самостійною чи альтернативною щодо реальної: це лише аспекти реальної ідентичності, які є результатом самопрезентації у віртуальному просторі.

Хоча ми вважаємо, що від множинності віртуальних симулякрів-масок ідентичності особистості в Інтернет-мережі сучасна людина досі не позбавилася, як і від бажання (усвідомленого чи ні) приховати від не завжди доброзичливих і привітних поглядів / коментарів себе – справжню. І, враховуючи цю обставину, а також те, що прагнення людини представити себе в Мережі у сприятливому світлі, кращою, ніж є насправді, нікуди не зникло (і не зникне, враховуючи природу людини), ми схильні розділити реальну ідентичність людини та віртуальний її симулякр (власне, те, чого насправді немає, але що може вміло імітувати справжність): людина є реальною (реально існує) лише в реальному світі, а в Інтернет-мережі існує лише образ, відображення («віртуальна оболонка») людини та її індивідуальності. І під впливом комунікації в Інтернеті змі-

нюється знову-таки реальна ідентичність людини, а не віртуальна (вона залишається сталою, поки людина сама не вирішить змінити її).

Крім того, запитання, є віртуальна ідентичність особистості варіантом реальної чи цілком самостійним явищем, досі цікавить учених (тобто є не вирішеним досі). Зокрема О.Н. Астаф'єва вважає, що Інтернет ідентичність – лише «один з аспектів реальної» індивідуальності (Пронін, 2011), а Солдатова і Тихонов наголошують, що у віртуальному просторі створюється не віртуальна ідентичність, а лише «віртуальна оболонка реальної ідентичності особистості» (Солдатова, & Погорелов, 2018; Тихонов, 2011). Проте віртуальну ідентичність можна контролювати чи коригувати, зокрема, з погляду її відповідності реальній, граючись із нею та приміряючи різні ролі-маски, недоступні в реальному житті, намагаючись втілити свої мрії та самореалізуватися (Солдатова, & Погорелов, 2018). І тільки в тому випадку, коли для користувача Інтернет реальне життя стає лише одним з «віконечок» (windows) (Тихонов, 2011), і не найбільш цікавим чи потрібним, його віртуальна ідентичність стає реальною, - зазначає S. Turkle (1995).

Зазначимо, що якщо зарубіжні дослідження свідчать про зближення реальної та віртуальної ідентичності, то дослідження російських вчених, відповідно, на пострадянському просторі, «виявляють складнішу ситуацію» (Богомоллова, 2014 : 122) – зрештою, цілком прогнозовано. Зокрема, ними виділені дві протилежні позиції особистості в Інтернеті: суб'єктна й асуб'єктна. Людина, яка дотримується суб'єктної позиції, намагається створити реальну ідентичність в мережі Інтернет, оскільки вважає, що Інтернет розширює її реальні можливості самореалізації, даючи можливість отримати досвід, недоступний в реальному житті. Тоді як асуб'єктна позиція особистості проявляється у втечі від небажаного життя і контактів у віртуальну реальність та створенні несправжньої, хибної ідентичності, в результаті чого людина стає залежною від Інтернету, поглинається ним, «формується псевдосуб'єктна позиція особистості, що перешкоджає досягненню автентичності буття» (Богомоллова, 2014 : 113). При цьому залишається невідомим, кого ж в Інтернет-мережі насправді більше: тих, хто хоче розкрити себе, чи тих, хто інформацію

про себе бажає максимально приховати, навіть створюючи хибну особистість, псевдоідентифікацію. Як на нас, страх, що живе в колишній радянській людині і пам'ятає про репресії, а, особливо в людині, яка представляє країну- правонаступника (і додамо, «ділонаступника») колишнього СРСР, – є відповіддю (Богомоллова, 2014).

За ступенем присутності реального образу Я особистості у віртуальній ідентифікації людини її можна поділити на рівні, до прикладу, такі: 1) реальної ідентифікації в Мережі; 2) частково реальної ідентифікації; 3) псевдореальної ідентифікації; 4) цілком віртуальної, fantasy- або симулякр-ідентифікації та 5) віртуальної, fantasy-ідентифікації з елементами множинності. Додамо, що рівні ідентифікації в Інтернет-просторі можуть комбінуватися, як її варіанти, залежно від того, кому Інтернет-користувач збирається презентувати себе і в якій комунікативній ситуації самопредставлення. У першому випадку людина досить відверто розкриває власне Я в Інтернет-комунікації (і таке можливе при спілкуванні з близькими друзями чи родичами); у другому – схильна дати про себе обмежену частину справжньої інформації, частіше – офіційної та загальнодоступної, проте, саморозкриватися не прагне; у випадку псевдореальної ідентифікації людина в Інтернет-просторі намагається видати бажане за дійсне, презентує якщо не весь, то, принаймні, значну частину не просто ідеального Я, а ідеалізованого. Нарешті, у наступних випадках людина цілком усвідомлено і послідовно створює цілком інший, відмінний від реального (не існуючий в дійсності), альтернативний йому міфологічний образ (симулякр) свого Я, що відповідає правилам існування в обраній Інтернет-спільноті і містить очевидні казково-фентезійні риси; або, користуючись різними аватарами (що можуть співвідноситися з казковими, екранними чи літературними героями), або «ніками», що приховують особистість і служать маскуванню її реальної ідентичності), часто змінює і «вдосконалює» свої характеристики і образ. І дещо парадоксально, але чесно з Інтернет-спільнотою чинять, на нашу думку, по-перше, ті, хто повідомляє про себе об'єктивно справжню інформацію, по можливості розкриваючись перед іншими учасниками, та ті, хто одразу обирає собі аватар до душі, наділяючи його (і себе) в Інтернет-

просторі бажаними віртуально-міфологічними характеристиками, по суті, презентуючи свою ігрову і комунікативну роль в Інтернет-мережі і повідомляючи цим, що до саморозкриття не готовий. Зазначимо, що сучасна людина не звикла розкривати правду чи бути щирою не лише з іншою людиною, навіть близькою, а, тим більше, в процесі соціальної комунікації, ховаючись за маскою рольової поведінки (с.11, моя), але іноді – і з собою.

Крім того, на думку окремих науковців, віртуальні реальність та спільнота дає людині «небачені раніше можливості самореалізації та самовизначення» (Тихонов, 2011; Богомолова, 2014). І саме на розгляді цього питання ми і зупинимося.

Зазначимо, що сучасна епоха в найбільш узагальненому визначенні багатьма дослідниками називається постмодернізмом (метамодерном). Людина в ній за інерцією живе у вироблених та обґрунтованих впродовж кількох десятиріч феноменах, знаках і смислах постмодерну. Знівельована і порушена цим ієрархія загальнокультурних вимірів та усіх без винятку, у зв'язку із цим, аксіологічних вимірів самоусвідомлення, самореалізації і самоздійснення формують загальний контекст ідентифікації особистості.

Віртуальна реальність – продуктивна інструментальна і технологічна основа, на якій усі можливі комбінаторні розчленування, синтезування, розмноження, повтори (варіювання), уподібнення зразку шляхом його дискредитації чи знецінення, множинність віртуальних зразків буття (симулякрів) отримують за суттю безмежний потенціал реалізації. Усвідомлена чи ні сучасна особистість оперує знаками і смислами постмодерної доби у спрощеному загальноконтекстуальному вираженні її семантики.

Без особливих роздумів над хитромудрим жонглюванням елементами світової культури постмодерну ця зовнішня («фабульна») поверхова привабливість і доступність для сприймання знівельовала обов'язковість власної усвідомленої присутності людини у культурі. Остання подається, інтерпретується в готовому зміксованому вигляді набором елементів і явищ, «десакралізованих» світоглядними засадами постмодерну. Віртуальна реальність на цьому тлі формує і закріплює в людині ілюзію самодостатності та агресив-

ної самовпевненості щодо глибини сприймання, доречності інтерпретацій (усіх видозмін) культурних явищ, їхнього значення і ролі в історії.

Такий «демократизм» постмодерністського контексту культури, чиста гра, творча технологія інтелектуалів у масовій свідомості сформував доступність і можливість усього для всіх. Наприклад, «Гра в бісер» Г. Гессе в сорокові роки минулого століття усвідомлюється як інтелектуальний, елітарний творчий акт, винятково талановитий феномен філігранної гри. Реальність цього тексту була адресована реципієнтові з адекватними йому можливостями сприймання і розуміння. Масового читача така реальність дратує. Постмодерн нейтралізував це роздратування зовнішньою сюжетно-фабульною легкістю сприймання та ілюзорною доступністю смислових основ тексту і культурного контексту загалом. У такий спосіб формувалося полегшене, «панібратське» сприймання та ставлення як до культури, так і до своєї участі в ній середньої / пересічної людини. А віртуальна реальність загалом завершує остаточне переконання в тому, що володіння технологічним інструментарієм – це і є повноцінний акт творчості.

Інтерактивна позиція індивіда формує в нього ілюзорну, за суттю хибну і фальшиву, впевненість у його самодостатній готовності брати участь у творенні усього без винятку масиву творчої самореалізації. І це без засвоєння, належного розуміння, фахового володіння понятійним інструментарієм і всіх інших факторів, необхідних і притаманних творчому процесові та творцеві. Перебування в такій світоглядній системі сприймання культури та участь у ній створює у пересічної людини ілюзорну картину самоусвідомлення та викривлене / деформоване, загалом фальшиве уявлення про шляхи самоідентифікації. Інтерактивність (знання рецептури, технологічно-інструментальної готовності) – шлях до виявлення своєї точки зору як правильної та до розуміння правильності своєї картини світу загалом.

Творчість – вища форма актуалізації особистості у віртуальній реальності – як авторський / індивідуальний акт зникає. Участь у інтерпретаційному процесі дійсності дає відчуття авторства всім, часом – без найменшого уявлення інтерпретаторів про каноніч-

ність, волю автора і справжню складність інтерпретованого. Можливість безмежно широкого конструювання за власними законами віртуальних світів спонукає до розчленування, об'єднання, заміни чи руйнування, що, без сумніву, впливає на сприймання реального світу та поведінку в ньому.

Отже, питання, про те, чи можлива самореалізація особистості у віртуальному просторі, насправді відкрите, оскільки відповідь на нього не може бути однозначною: з одного боку, людина здатна реалізувати в Інтернет-мережі свої найкращі здібності, як будучи собою реальною (зі справжньою індивідуальною та соціальною ідентифікацією), так і представляючи й ідентифікуючи себе з вибраним чи придуманим аватаром (fantasy-ідентифікація) – відрізняється лише місце самореалізації: реальний світ чи віртуальний. З іншого, якщо пригадати, що потреба в саморозвитку і самоздійсненні – лише вершина «піраміди» А. Маслоу, варто звернути увагу на потреби (ступінь їх задоволення у віртуальному просторі Інтернет), які забезпечують стійкість цієї «піраміди» і уможливають таким способом самореалізацію (відкривають до неї шлях). І ось тут виявиться, що вже друга група потреб – у відчутті людиною безпечності свого існування і захисті від можливих загроз – в Інтернет-просторі задовольняються ніяк не на 70 %, прогнозовані А. Маслоу для «середньої»/пересічної людини (правда, більшість користувачів Інтернет-мережі цього не усвідомлюють, не задумуються про це, навіть не звертають увагу на можливі застереження, поки не зіткнуться з небезпекою Інтернет сам-на-сам), та, тим не менше. Адже Інтернет не лише джерело потрібної інформації та розваг, але й багатьох небезпек. І маніпуляція свідомістю користувача – лише одна з них. Аналогічна ситуація відбувається і з наступними потребами особистості на шляху до самоактуалізації: до якого «соціуму» (групи) належить користувач Інтернет: реального чи віртуального, від якого товариства / спільноти збирається (планує) отримати любов і прихильність, і наскільки прихильність інших користувачів Інтернету до людини – користувача Мережі – є справжньою, особливо враховуючи, що принаймні частина з них є імітаторами свого ідеального, бажаного образу (закономірно, що вони й інших підозрюють у такому, тому навряд чи довіряють)? Дещо схоже відбувати-

меться із потребою у повазі та самоповазі: її задоволення в Інтернет просторі теж досить сумнівне. Ми не заперечуємо факту, що Інтернет-користувач, член певної інтернет-спільноти своїми діями (коментарями та лайками) може заслужити її «повагу» (соратників), однак навряд чи може бути переконаний в тому, що це повага не до аватару, не до іміджу чи ролі, яку виконує людина в Інтернет-мережі, а до самого користувача.

Що ж до самоповаги, то наскільки насправді може поважати себе людина, яка в Інтернеті намагалася зробити все (максимум), щоб залишитися анонімною, навіть не формально, замінюючи фото – аватаром, а цілком реально, приписуючи собі не наявні, а бажані / прийнятні, з погляду Інтернет-товариства, яким вона хоче бути прийнятною, характеристики, створюючи собі імідж (по-суті, повідомляючи, що справжня його-ідентичність її не приваблює)? Скоріше, це оцінка створеного Інтернет-іміджу, образу, а не реального Я особистості. І, принаймні, частина Інтернет-користувачів це розуміють, так само усвідомлюючи, що ця оцінка може дуже (навіть кардинально) відрізнитися від реальної поваги / самоповаги. Не виключено, що ця обставина може бути одною з причин того, що людина буде віддавати перевагу віртуальному світу (де вона може бути такою, якою хоче бути, без будь-яких зусиль (і в чому тоді сенс самореалізації в реальному житті?)), тоді питання реальної самоактуалізації взагалі не матиме сенсу: воно перетворюється на питання доступу і входу в Інтернет-мережу. Крім того, на завершення аналізу даного питання звернемося до логічного висновку Е.Фромма: «М'яко кажучи, людина має невиразне уявлення про те, що вона здатна реалізувати і що вона реалізує насправді» (Фромм, 1998 : 421).

Якщо ж зважити на обставину, що повна реальна ідентифікація людини / особистості відбувається лише у реальному житті, поступово змінюючись, то питання про можливість самореалізації в Мережі чи віртуальному просторі взагалі втрачає сенс (потрапляє в розряд містифікацій / імітацій).

У підсумку залишається відкритим зовсім не риторичне запитання: Якщо в Інтернет-мережі людина лише грає певну роль (ролі), а її фото замінює аватар, то, чи продовжує вона бути собою, чи зберігається самототожність особистості? Особливо, враховуючи об-

ставину, що вона поступово затягується Інтернет-павутиною і відносно легко стає залежною від Інтернет-мережі, звикаючи до комп'ютера як до певного роду «наркотику» (про), отже, внутрішньо змінюється (а іноді – і зовні).

**Висновки.** Мережа Інтернет стає своєрідним віртуальним театром, де всі користувачі грають ролі, які змінюються від одного сайту до іншого та залежно від того, з ким, про що і як саме людина спілкується. І стає можливим говорити навіть про різні субособистості однієї людини в Інтернеті. Там вона може бути практично будь-ким, маніпулюючи враженням про себе, водночас не боячись, що її симуляцію/імітацію розшифрують (зрештою, це не відповідає правилам гри в електронній мережі, де носіння користувачем віртуальної маски вважається прийнятним, сприймається як спосіб самовираження), і хтось привселюдно заявить, що «король – голий». Закономірно виникає зовсім не риторичне запитання: чи зберігається, чи не порушується, не страждає при цьому *ідентичність* особистості? Чи відбувається процес деперсоналізації постійного користувача Інтернету, і він перестає довіряти власному розуму і судженням, покладаючись на інформацію в мережі та спільну думку її користувачів. Адже бажання бути собою, розкритися у віртуальній комунікації перед іншою людиною / чи її віртуальною маскою виникає насправді дуже рідко, за умови цілковитої довіри до співрозмовника, що тверезо мисляча людина в мережі, а іноді – і в реальному житті, собі не дозволить. Скоріше, на це може зважитися той, хто перестав розрізняти віртуальний світ та реальний, хто насправді переселився і живе в Інтернеті, почасти забувши про їжу та сон, споживаючи враження і гострі емоційні переживання та препаративані новини; або кому конче необхідно відкритися хоча б перед ким-небудь, навіть реально не існуючим, хто хоче бути почутим. Насправді, на нашу думку, більшість користувачів Інтернет бажать більше «здаватися», ніж «бути» (сприймаючи одне за інше), відверто обманюючи співрозмовників, маніпулюючи ними та інформацією; а «бути» у віртуальному світі Інтернету наважуються лише ті, хто цілком з тих чи інших причин втратив зв'язок з реальністю.

Вважаємо, що варто ставити питання не стільки про трансформацію ідентичності сучасної людини,

оскільки про те, чи пам'ятає вона про те, ким і якою є насправді, постійно (як у реальному житті, так і у віртуальному просторі) змінюючи іміджі-маски, чи найбільш вживану маску ототожнюючи з реальною, справжньою ідентичністю.

Можна виділити такі особливості ідентифікації людини в Інтернеті: 1) вона орієнтована не лише на представлення себе, але й створення бажаного враження про себе; 2) символічна – позначає людину, проте не визначає її; 3) за суттю, є симулятором – лише імітує реальну ідентичність, демонструючи те, що насправді не існує, хоча є бажаним; 4) часто – множинна – складається з кількох / багатьох образів Я, що об'єктивно не є взаємодоповнюючими, а змінюються залежно від аудиторії; 5) в тій чи іншій мірі не відповідає реальності (реальній ідентифікації).

**Перспективу подальших розробок** вбачаємо в емпіричному дослідженні означеної вище проблеми.

## References:

- Alekseeva, K. A. (2019). Samoprezentacija v kiberprostranstve: granicy real'nogo i vydumannogo [Self-presentation in cyberspace: the boundaries of the real and the fictional]. *Gumanitarnij juga Rossii*, 8 (36), 2, 175–186. DOI: 10.23683/2227-8656.2019.2. [in Russian]
- Aristarhova, I. L. (1998). Tekl Sh. Zhizn' na jekrane: identichnost' v jepohu Interneta [Turkle S. Life on the Screen: Identity in the Internet Age]. *Sociologicheskij zhurnal*, 3-4, 332–338. [in Russian]
- Bogomolova, E. I. (2014). Lichnostnaja identichnost' v uslovijah virtualizacii bytija [Personal identity in conditions of virtualization of being]. *Chelovek. Soobshhestvo. Upravlenie*, 2, 104–120. [in Russian]
- Chaldini, R., Kenrik, D., & Neiberg, S. (2002). Social'naja psihologija. Poimi sebja, chtoby poniat' drugih!. SPb. : prajm-EVROZNAK. [in Russian]
- Chujko, G. V. (2018). Manipuljatyvnist' informacijnogo vplyvu [Manipulativeness of information influence]. *Technologies of intellect development*, Vol. 2, 8 (19). DOI: <https://doi.org/10.31108/3.2019.2.8.5>. [in Ukrainian]
- Chujko, G. V., Guljas, I. A. (2016). Dvi storony predstavlenija sebe: samoprezentacija ta samorozkryttja [Two sides of self-presentation: self-presentation and self-disclosure]. *Technologies of intellect development*, Vol. 2, 3(14). Retrieved from: [http://www.psytir.org.ua/upload/journals/2.3/authors/2016/Chujko\\_Galyna\\_Vasylivna\\_Guljas\\_Inesa\\_AntonivnaDvi\\_storo](http://www.psytir.org.ua/upload/journals/2.3/authors/2016/Chujko_Galyna_Vasylivna_Guljas_Inesa_AntonivnaDvi_storo)

- ny\_predstavlenija\_sebe\_samoprezentacija\_ta\_samorozkryttja.p  
df. [in Ukrainian]
- Chujko, G. V., Zvarych, I. M. (2019). Specyfika informacii' v Interneti [Specifics of information on the Internet]. *Psychologichnyj chasopys*, vol.5, 12, 21–42. DOI: <https://doi.org/10.31108/1.2019.5.12.2>. [in Ukrainian]
- Dashenkova, N. M. (2014). Identychnist' u nevyznachenosti: problemy ta vyklyky [Identity in uncertainty: issues and challenges]. *Visnyk HNZU. Serija. Teorija kul'tury i filosofija nauky*, 1092, 50. Retrieved from: <https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/2220/1964>. [in Ukrainian]
- Efimov, E. G. (2013). Identichnost' v social'nyh internet-setjah (teoreticheskie aspekty) [Identity in social internet networks (theoretical aspects)]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, 12 (38), p.II, 72–75. Retrieved from: [www.gramota.net/materials/3/2013/12-2/16.html](http://www.gramota.net/materials/3/2013/12-2/16.html). [in Russian]
- Fejdzher, R., Fejdimen, Dzh. (2002). *Lichnost': teorii, jeksperimenty, upravnenija [Personality: theories, experiments, exercises]*. Sankt-Peterburg: prajm-EVROZNAK.
- Fromm, Je. (1998). *Begstvo ot svobody. Chelovek dlja seb-ja [Escape from freedom. Man for himself]*. Minsk : OOO «Popurri». [in Russian]
- Goffman, E. (1969). *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Allen Lane The Penguin Press.
- Jegupov, M. V. (2015). Identychnist' jak cinnisna osnova svitogljadu suchasnoi' vitchyznjanoi' vyshhoi' shkoly [Identity as a value basis of the worldview of the modern domestic higher school]. *Naukovyj visnyk HNZU. Serija «Filosofija»*, 5 (part I), 143–154. DOI: 10.5281/zenodo.22412. [in Ukrainian]
- Kosenchuk, L. F. (2014). Koncepzii virtual'noj ili setevoj identichnosti: kriticheskij analiz [Virtual or Network Identity Concepts: A Critique]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovanija*, 5. Retrieved from: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14630>. [in Russian]
- Krasnjakova, A. O. (2018). Merezha Internet jak komunikativnyj prostir nacional'noi' ta gromadjans'koi' samoidentyfikacii' kiberpokolinnja [The Internet as a communicative space of national and civic self-identification of the cyber generation]. *Problemy politychnoi' psihologii'*, 7 (21), 174–184. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr\\_2018\\_7\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr_2018_7_15). [in Ukrainian]
- Man'kovskaja, N. B. (2002). Chto posle postmoderna [What's after post-modern]. *Kanuny i rubezhi. Tipy pogranychnyh jepoh – typy pogranychnogo soznania*, (Part I), (pp.417–429). Moskva: IMLI RAN. [in Russian].
- Posokhova, Y. S. (2015). Problema identychnosti ta vyznachennia psykholohichnykh osnov yii vyvchennia [The problem of the identity and determining psychological bases of its study]. *Pravo i Bezpeka*, 2, 217–221. [in Ukrainian]
- Pronin, V. V. (2011). Transformacija identichnosti v prostranstve internet [Identity transformation in the Internet space]. *Vestnik NU. Serija. Social'nye nauki*, 4(24), 126–132. [in Russian]
- Soldatova, E. L., Pogorelov, D. N. (2018). Fenomen virtual'noj identichnosti: sovremennoe sostojanie problemy [The phenomenon of virtual identity: the current state of the problem]. *The Education and Science Journal*, Vol. 20, 5, 105–124. DOI: 10.17853/1994-5639-2018-5-105-124. [in Russian]
- Suler, J. (1998). The Basic Psychological Features of Cyberspace. Elements of a Cyberpsychology Model. Retrieved from: <http://www-usr.rider.edu/~suler/psyber/basicfeat.html>.
- Thostov A. Sh., Rasskazova E. I. (2012). Identichnost' kak psihologicheskij konstrukt: vozmozhnosti i ogranichenija mezhdisciplinarnogo podhoda [Identity as a psychological construct: possibilities and limitations of an interdisciplinary approach]. *Psihologicheskie issledovanija*, 5(26), 2. Retrieved from: <http://psystudy.ru/index.php/num/2012v5n26/771-rasskazova26.html>. [in Russian]
- Tihonov, O. V. (2011). Internet kak prostranstvo konstruirovanija identichnosti [Internet as a space for constructing identity]. *Vestnik TGU. Gumanitarnye nauki. Filosofija, sociologija i kul'turologija*, 8 (100), 228–232. [in Russian]
- Turec'ka, H. I. (2010). Osoblyvosti osobystisnoi' identychnosti korystuvachiv Internetu jak chynnyk Internet-adykcii' [Features of personal identity of Internet users as a factor of Internet addiction]. *Problemy suchasnoi' psihologii'*, 10, 750–761. [in Ukrainian]
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Vojskuskij, A. E., Evdokimenko, A. S., Fedunina, N. Ju. (2013). Al'ternativnaja identichnost' v social'nyh setjah [Alternative identity on social media]. *Vestnik MGU. Serija. 14. Psihologija*, 1, 66–83. [in Russian]
- Zvarych, I. M., Chujko, G. V., & Koltunovyh, T. A. (2019). *Ekzysyencijna ta humanistychna psihologija [Existential and humanistic psychology]*. Chernivci: ChNU imeni Jurija Fed'kovycha. [in Ukrainian]

**Yan Chaplak**

*PhD. in Psychological Science, Assistant Professor of the Department of Psychology, Yuri Fedkovich National University in Chernivtsi, Chernivtsi (Ukraine)*

**Igor Zvarych**

*DSc. in Philology, Professor, Professor of the Department of Psychology, Yuri Fedkovich National University in Chernivtsi, Chernivtsi (Ukraine)*

**Halyna Chuyko**

*PhD. in Philological Science, Assistant Professor of the Department of Psychology, Yuri Fedkovich National University in Chernivtsi, Chernivtsi (Ukraine)*

**VIRTUAL IDENTIFICATION OF  
MODERN PEOPLE**

**ABSTRACT**

The article analyses theoretically the problem of human identification in the Internet and studies the phenomenon of an individual's virtual identity.

We have analysed the concept and features of self-presentation as the primary element of an individual's identification in the virtual space in order to create a desired impression on the individual with an opportunity to be perceived there as he/she want to be perceived in the real world; which, to a certain extent, contradicts to the concept of "identity".

An individual's presentation via the Internet is often only a manipulation with an impression on him/her and an imitation of sincere communication and frank disclosure of his/her own real identity, since a virtual identity rarely reflects the individual's true self-image; whereas the question of identity concerns an individual's real identity in the real world.

An individual's virtual identification is changed in time from multiple existing identities to Internet users' tendency to open more real information about them in the Internet space; the ways of virtual identity creation are examined.

The phenomenon of an individual's multiple identification in the Internet is investigated, which is connected both with the period of an anonymous existence of the Network and the desire to study oneself and one's capabilities regarding the optimal self-representation in virtual space, on the one hand, and with insufficiently adequate self-understanding, one's real identity as a modern virtualized person, on the other hand.

People are inclined to play and experiment with their self-images and self-identification, by constantly

changing it and improving it, in particular, by adding desired (idealized) features; and this virtual identity is imitated during communications with other Internet users. That is, playing and communication in virtual space are factors of virtual identity formation, which evidences transformations of identity of a modern individual as a representative of the information society.

The conclusion is that people in the Web, partly due to its anonymity, are inclined to manipulate with impressions on them, focusing on their positive perception by other Internet users. As a result, not so much an individual's virtual identification is created, but a set of mask images, simulacra (which in fact only hide a user, giving out desirable for valid), behind which there is no real identity.

**Key words:** real identity, virtual identity, network identity, self-presentation, self-realization, multiple identification, identity transformation.

**Чаплак Ян Васильевич**

*Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича, г. Черновцы (Украина)*

**Зварич Игорь Михайлович**

*Доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры психологии Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича, г. Черновцы (Украина)*

**Чуйко Галина Васильевна**

*Кандидат филологических наук, доцент кафедры психологии Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича, г. Черновцы (Украина)*

**ВИРТУАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ  
СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА**

**АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена теоретическому анализу проблемы идентификации человека в сети Интернет и исследованию феномена виртуальной идентичности личности.

Проанализировано понятие и особенности самопрезентации как первоэлемента самопредставления человека в виртуальном пространстве с целью создания желаемого впечатления о себе и использования возможности быть таким, каким стремится восприниматься в реальном мире; что в определенной степени противоречит содержанию понятия «идентичность».

Указано, что презентация человеком себя в

Сети часто является лишь манипулированием впечатлением о себе и имитацией как искреннего общения, так и откровенного раскрытия собственной реальной идентичности, поскольку виртуальная идентичность достаточно редко отражает истинное представление человека о себе. Тогда как вопрос идентичности касается тождества человека себе – реальному.

Прослеживаются течение процесса виртуальной идентификации личности от периода существования множественной идентичности до склонности пользователей Сети открывать больше настоящей информации о себе в Интернет-пространстве и пути создания виртуальной идентичности.

Исследуется феномен множественной идентификации человека в Интернет-сети, связанный как с периодом анонимного существования Сети и желанием изучить себя и свои возможности относительно оптимального представления себя в виртуальном пространстве, с одной стороны, так и с отсутствием адекватного понимания себя, своей реальной идентичности современным виртуализированным человеком, с другой.

Констатируется, что с собственным образом Я и процессом идентификации человек склонен играть и экспериментировать, как постоянно меняя его, так и совершенствуя, в частности, путем добавления желаемых (идеализированных) черт и что имитация виртуальной идентичности продолжается в процессе коммуникации с другими пользователями Интернет-сети. То есть игра и коммуникация в виртуальном пространстве становятся факторами формирования виртуальной идентичности, которая является одним из свидетельств трансформации идентичности современного человека – представителя информационного общества.

Сделан вывод, что в Сети, частично – благодаря ее анонимности, человек склонен манипулировать впечатлением о себе, ориентируясь на позитивное восприятие себя другими пользователями Интернет-сообщества. В результате создается не столько виртуальная идентификация личности, сколько множество образов-масок, симулякров (которые на самом деле только скрывают пользователя, выдавая желаемое за действительное), за которыми реальная идентичность отсутствует.

**Ключевые слова:** реальная идентичность, вир-

туальная идентичность, сетевая идентичность, самопрезентация, самореализация, множественная идентификация, трансформация идентичности.

**How to cite (як цитувати):**

Chaplak, Y., Zvarych, I., Chuyko, H. (2021). VIRTUAL IDENTIFICATION OF MODERN PEOPLE. PSYCHOLOGICAL JOURNAL, 7 (2), 9-24. <https://doi.org/10.31108/1.2021.7.2.1>

Дата отримання статті: 05.01.2021

Дата рекомендації до друку: 02.02.2021

Дата оприлюднення: 28.02.2021