

ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА КІБЕРІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ПСИХОЛОГІЧНІ КАТЕГОРІЇ: ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ ТА СПІВВІДНОШЕННЯ

IDENTITY AND CYBER IDENTITY AS PSYCHOLOGICAL CATEGORIES: SOME FEATURES OF CONCEPTUALISATION AND CORRELATION

Стаття присвячена розгляду феномену кіберідентичності, що формується під впливом цифрових технологій та соціальних мереж в онлайн-середовищі і є багатограним і складним феноменом, що викликає широкий спектр психологічних питань. Підкреслено, що цифрове середовище змінює механізми самосприйняття, соціальної взаємодії й особистісної автономії. Мережеві інформаційні потоки створюють варіативні моделі ідентичності, що можуть бути як засобом самовираження, так і джерелом психологічних ризиків, зокрема фрагментації свідомості, залежності від соціального схвалення та втрати відчуття реальності. Проаналізовано найбільш репрезентативні концептуальні підходи до тлумачення ідентичності у психології, зокрема теорії Е. Еріксона, Дж. Марсія, В. Свонна, а також сучасні моделі кіберідентичності М. Берзонські та Р. Харре. Показано із чим пов'язана складність концептуалізації концепту «кіберідентичність». Зазначено, що цифрове «Я» є гнучким конструктом, який може суттєво відрізнятися від реальної особистості, створюючи множинні ідентичності залежно від контексту онлайн-взаємодії. Вплив соціальних мереж сприяє формуванню нових стратегій самопрезентації, однак водночас породжує психологічні ризики, пов'язані з викривленим самосприйняттям і соціальним порівнянням. Наголошено, що модель кіберідентичності, у якій було б чітко визначено структуру та динаміку ідентичності, на даний час не розроблена і може бути лише складена із фрагментів інших концепцій. Окреслено ключові негативні моменти, які пов'язані із цифровою ідентичністю (як-от кібербулінг, вплив алгоритмів на особистісні настанови, феномен FOMO тощо). Для вирішення названих проблем необхідні розвиток цифрової грамотності, критичного мислення та формування стійких стратегій особистісної саморефлексії, що дозволить адаптуватися до викликів цифрового суспільства.

Ключові слова: кіберідентичність, ідентичність, інформаційне суспільство, кіберпсихологія, віртуальна реальність.

The article explores the phenomenon of cyberidentity, which is shaped by digital technologies and social networks in the online environment. It is a multifaceted and complex concept that raises a wide range of psychological questions. The study emphasizes that the digital environment alters mechanisms of self-perception, social interaction, and personal autonomy. Networked information flows create diverse identity models, which can serve as both a means of self-expression and a source of psychological risks, including fragmentation of consciousness, dependence on social approval, and loss of a sense of reality. The article analyzes the most representative conceptual approaches to identity in psychology, particularly the theories of E. Erikson, J. Marcia, and W. Swann, as well as modern models of cyberidentity by M. Berzonsky and R. Harré. The complexity of conceptualizing "cyberidentity" is examined, highlighting that the digital "self" is a flexible construct that may significantly differ from one's real personality, leading to multiple identities depending on the context of online interactions. The influence of social networks fosters new strategies of self-presentation but simultaneously generates psychological risks related to distorted self-perception and social comparison. It is noted that a comprehensive model of cyberidentity – one that clearly defines its structure, dynamics, and interrelations – has not yet been developed and can only be constructed from fragments of existing theories. The article outlines key negative aspects associated with digital identity, such as cyberbullying, the impact of algorithms on personal beliefs, the FOMO phenomenon, etc. To solve the above problems, it is necessary to develop digital literacy, critical thinking and the formation of sustainable strategies of personal self-reflection.

Key words: cyberidentity, identity, information society, cyberpsychology, virtual reality.

УДК 1.159.9:316 + 130
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2025.69.1.35>

Онищук О.В.

к.філос.н., доцентка,
доцентка кафедри психології
та соціально-гуманітарних дисциплін
Національний лісотехнічний
університет України

Однією з актуальних проблем психології є проблема ідентичності, яка в умовах сьогодення тісно вплетена у процеси цифровізації. Плинна сучасність ускладнює існування стійких моделей ідентичності. Життєвий простір і контекст людини розширені надлишковою варіативністю моделей життя. Як наслідок – кліпове мислення, фрагментація свідомості, зміщення від рефлексії інформації до вражень від неї, від смислів до переживань. Цифрове середовище виступає водночас і простором для самовираження, і джерелом викликів для самоідентифікації за якісного розширення вищих психічних функцій [7]. Інформаційні технології змінюють світогляд і утверджують плюралістичні інтенції, що призводить до нестійкості та дифузності ідентичності. У глобальному цифровому світі, де межі між реальністю та

віртуальним простором стають дедалі розмитішими, поняття ідентичності зазнає значних трансформацій. Сучасні технології, соціальні мережі та віртуальна культура змінюють сприйняття особистості та породжують нові форми ідентичності. Віртуальний простір надає можливість створювати багатогранні образи себе, що часто не відповідають фізичному «Я», це дезорієнтує людину, створює небезпеку втрати почуття реальності.

Метою статті є проведення аналізу окремих теоретичних підходів до осмислення концептів «ідентичність» і «кіберідентичність», оцінювання впливу цифрових технологій на формування кіберідентичності особистості, виявлення основних викликів і ризиків, пов'язаних із трансформацією самосприйняття у віртуальному середовищі.

Можна говорити про всеохопну кризу ідентичності, яка зумовлює необхідність переосмислення її концепцій у світлі цифрових трансформацій, а також їхніх психологічних наслідків, вивчення психічної діяльності під впливом інформаційних потоків. Наша ідентичність є найперше тим, що допомагає вирішити, що для нас є важливим, а що не є. Саме нині, як ніколи раніше, людина стоїть перед вибором себе і своїх орієнтацій. І проблема власної ідентичності полягає в тому, що її пошук зумовлений не відсутністю чи обмеженістю вибору, а безліччю можливостей, які дає інтернет. Саме в такому контексті варто говорити про цифрову, або кіберідентичність.

Сучасні програмні та мережеві технології вже зараз роблять віртуальну реальність доступною і привабливою настільки, що реальний світ зі своїми недосконалостями, проблемами та тривогами поступово втрачає позиції перед симулятивним середовищем. Саме в нерозрізненості віртуального з реальним Ж. Бодрійяр бачив головну проблему трансформації не тільки ідентичності, а й найвищих психічних функцій. Процеси віртуалізації, які підтримуються інформаційними, іміджевими та комунікаційними технологіями (як-от інтернет, ТБ, PR, реклама чи мода), мають значно більший вплив, ніж лише використання спеціальних пристроїв для занурення у віртуальну реальність. Це особливо актуально в контексті трансформації ідентичності, яка відбувається під впливом розвитку технологій в інформаційному суспільстві.

Складність концептуалізації поняття «ідентичність» зумовлена багатоплановістю його тлумачення. Найзагальніше ідентичність можна визначити як усвідомлення людиною себе як унікальної особистості, яке формується під впливом соціального, культурного, психологічного та біологічного контекстів, відчуття своєї приналежності до якоїсь групи, яке дозволяє визначити власне місце у світі. Ідентичність включає уявлення про особисті риси, цінності, переконання, усвідомлену приналежність до визначених соціальних груп, а також розуміння свого місця у світі. В історичному контексті це поняття знаходимо ще у Стародавній Греції за мовно-культурним критерієм. Але вперше концепцію ідентичності, яка базується суто на психології у вигляді моральних й інтелектуальних особливостей (а не на мові, фольклорі, генах тощо), запропонував Г. Лебон у праці «Психологія натовпу». У науковий дискурс поняття «ідентичність» вводить американський психолог Е. Еріксон (наприклад, у працях «Ідентичність і життєвий цикл», «Виміри нової ідентичності», «Ідентичність: молодість і криза»), визначає його через приналежність людини до історичної епохи та специфіки міжособистісних взаємодій. Ідентичність за Е. Еріксоном передбачає відчуття власної сталості (незмінності) та цілісності незалежно від ситуації. Недоліком його ідей вважають обмеження лише теоретичним аналізом ідентичності, який виправив канадський

психолог Дж. Марсія [6] у власній концепції статусної моделі ідентичності. Він трактує ідентичність як динамічну структуру, яка постійно розвивається, найперше завдяки вирішенню будь-яких життєвих проблем. «Я б хотів запропонувати інший спосіб тлумачення ідентичності: як внутрішньої его-структури, самоконструйованої динамічної організації потреб, здібностей, вірувань та індивідуальної історії. Чим краще розвинена ця структура, тим більше люди усвідомлюють їх власну унікальність і схожість з іншими, а також власні сильні та слабкі сторони, прокладаючи собі шлях у світі. Чим менш розвинена ця структура, тим більше заплутано бачать індивіди свою власну відмінність від інших і тим більше йому доводиться покладатися на зовнішні джерела, щоб оцінити себе. Структура особистості динамічна, не статична, її елементи постійно додаються та відкидаються <...> Добре розвинена структура особистості, як добре розвинене суперого, є гнучкою. Вона відкрита до змін у суспільстві та до змін у відносинах. Ця відкритість забезпечує численні реорганізації змісту ідентичності протягом життя <...>, хоча суттєвий процес ідентичності залишається незмінним» [6, с. 159–160].

Серед інших сучасних авторитетних концепцій ідентичності у психології треба також сказати про теорію соціальної ідентичності Г. Тешфела, теорію самокатегоризації Дж. Тернера, теорію самоверифікації та злиття ідентичності В. Свонна [9]. Узгодження ідентичності за В. Свонном стосується процесів, за допомогою яких люди у стосунках досягають угод щодо того хто є хто. Далі ці домовленості визначають те, як люди ставляться один до одного, оскільки відомо, чого вони очікують один від одного. Таким чином, процеси узгодження ідентичності створюють міжособистісний «клей», який утримує стосунки.

Проект гібридної (дискурсивної) психології, запропонований британським філософом і психологом Р. Харре [5], базується на таких ключових поняттях, як: *інструмент*, *завдання* та *потік діяльності*. Ці поняття умовно розглядаються як антропологічні координати, які дають змогу моделювати образ людини як такої, чия ідентичність формується через діяльність, постановку цілей і процес інструменталізації себе та навколишнього світу. Р. Харре акцентує увагу на тому, що ідентичність не є сталою, а твориться у процесі діяльності та взаємодій, коли людина використовує навколишній світ як ресурс для досягнення цілей, а також змінює себе відповідно до цих завдань. Ідентичність формується через активне використання інструментів (як фізичних, так і символічних), осмислення соціокультурного досвіду і включення себе в соціальні практики. Це основа для проектування власного життя. На думку Р. Харре, найважливішим джерелом пізнання людської психіки є мова, тому вивчення людини має відбуватися з урахуванням її залучення в соціокультурний контекст, не обмежуючись лише описом нейронних процесів. У своїх працях з ідентичності Р. Харре

пропонує ієрархічну та структуровану концепцію особистості, демонструє, що, попри ключову роль у формуванні наших соціальних і культурних ідентичностей, «Я» варто розглядати як автономне, самостійне та безперервне явище – змінний, але цілісний прояв множинності й унікальності. Тексти культури є важливими для самоідентифікації, оскільки через їх засвоєння людина розвивається як дискурсивний суб'єкт.

У транзитивному світі цифрового суспільства ідентичність набуває віртуальних вимірів. Однією з авторитетних концепцій є модель інформаційної ідентичності М. Берзонскі [4] (він увів термін «інформаційна ідентичність»), яка акцентує увагу на тому, як люди формують і регулюють уявлення про себе через різні стилі обробки інформації (фокус на соціально-когнітивних стратегіях у конструюванні й підтримці ідентичності). Згідно з М. Берзонскі, ідентичність проявляється в щоденному житті через вибір стратегії вирішення завдань. Вона зосереджена на трьох основних стилях ідентичності, які люди використовують для взаємодії з інформацією й ухвалення рішень у своєму житті, як-от:

1. Інформаційний стиль – люди із цим стилем активно шукають, аналізують і оцінюють інформацію, що стосується їхньої ідентичності. Вони прагнуть зрозуміти свої цінності, переконання й цілі, перш ніж ухвалювати рішення. Особливостями цього стилю є відкритість до нових ідей, саморефлексія та гнучкість мислення, схильність до самостійного вирішення проблем і внутрішньої адаптації (наприклад, студент, який у виборі професії ретельно аналізує свої інтереси, досліджує ринок праці та звертається за порадами).

2. Нормативний стиль – люди цього типу слідуєть установленим нормам, очікуванням і цінностям, які прийняті в їхньому соціальному оточенні (сім'я, громада тощо). Вони часто ухвалюють рішення, ґрунтуючись на зовнішньому тиску чи традиціях, не схильні самостійно шукати інформацію. Особливостями цього стилю є висока залежність від соціальних норм, менша відкритість до змін і нової інформації, схильність уникати внутрішніх конфліктів шляхом сліпого прийняття зовнішніх стандартів (наприклад, людина, яка обирає професію через сімейні традиції, навіть якщо це не відповідає її власним інтересам).

3. Дифузний (унікаючий) стиль – люди цього типу уникають активної обробки інформації, відкладають рішення або ухвалюють їх під впливом обставин, а не свідомого вибору. Вибір здійснюється за розвитком ситуації, людина може легко змінити свою думку, уникаючи відповідальності за своє життя. Часто покладаються на миттєві бажання або зовнішні обставини, відсутність стабільності в ідентичності (наприклад, людина, яка не обирає професію, а просто погоджується на будь-яку роботу, яка з'явиться).

М. Берзонскі стверджував, що ці стилі формуються під впливом соціального середовища, вихо-

вання та життєвого досвіду. Кожен стиль має свої переваги й недоліки, залежно від ситуації та рівня розвитку особистості. Скажімо, інформаційний стиль сприяє глибокому розумінню себе, але може бути виснажливим через постійну саморефлексію. Уважаємо, що найадекватнішим для інформаційної соціалізації є інформаційний і дифузний стилі ідентичності, оскільки інформаційний стиль ідентичності допомагає орієнтуватися у великих інформаційних потоках, а дифузний стимулює перманентну орієнтацію на нові стимули.

Виходячи з розглянутих вище деяких репрезентативних концепцій ідентичності, можна підсумувати, що ідентичність є особистісною характеристикою й елементом структури самосвідомості, що забезпечує самототожність і цілісність людини, яку варто розуміти як спосіб буття в постійному становленні цілісності особистості. Це, наприклад, підтверджує у своєму дослідженні Л. Мазур, стверджуючи, що «ідентичність не є структурний елемент особистості і навіть не її інтегративна характеристика, а стійкий патерн поведінки, і до того ж він перебуває в постійному розвитку, у процесі постійної диференціації, стає змістовнішим залежно від кола значущих осіб – від матері до всього людства» [1, с. 175].

Якщо концепт «ідентичність» (уподібнення, ототожнення із чимось або кимось) можна розкрити як усвідомлене самовизначення людиною своєї приналежності до якоїсь групи для визначення власного місця в реальному світі, то кіберідентичність можна подати як сукупність характеристик, ознак і даних, які ідентифікують людину в цифровому просторі. Вона формується через використання цифрових технологій, зокрема акаунтів у соцмережах, електронних адрес, нікнеймів, аватарів, цифрових підписів, персональних даних та іншої інформації, яка відображає індивідуальність у віртуальному середовищі. Кіберідентичність може бути як реальною (відповідати фізичній особі), так і вигаданою (створеною для анонімності або альтернативної презентації). Кіберідентичність – це динамічне представлення себе в цифровому просторі, яке може відрізнятися від реальної ідентичності. Кіберідентичність дозволяє людям експериментувати з різними соціальними ролями, виражати себе без обмежень фізичної зовнішності та соціальних норм. Об'єднує реальну та цифрову ідентичності те, що обидві є деякими конструктами, які люди вільно вибудовують. Цифрове «Я» розуміється як кілька ідентичностей, які можна виразити у віртуальному середовищі. Ідентичність значною мірою формується завдяки зворотному зв'язку, який людина отримує. Управління враженнями (наприклад, через створення візуальних наративів) стало невід'ємною частиною життя як у реальному, так і у віртуальному світі. Для цього часто використовують стереотипні коди сексуальності, маскулітності, фемінності тощо. Варто зупинитися на деяких проблемах, які виникають у цьому контексті. Основні проблеми самої-

дентичності в кіберпсихології пов'язані із впливом цифрових технологій на сприйняття себе та своєї ідентичності. Можна виокремити деякі ключові аспекти. Один із них – розмиття меж між реальним і віртуальним «Я», коли часто створені в соціальних мережах і онлайн-іграх аватари або профілі відрізняються від реальної особистості. Це може спричиняти конфлікти між реальним і віртуальним образом «Я». Ще один аспект – вплив соціального порівняння і залежність від соціального схвалення, унаслідок чого «лайки», коментарі та кількість підписників у соцмережах стають показником успішності, що може спричиняти тривогу, занижену самооцінку та навіть депресію, якщо очікування не виправдовуються. Ідеалізовані образи, які люди бачать онлайн, можуть призводити до зниження самооцінки, внутрішніх конфліктів і навіть кризи ідентичності.

Також варто сказати про фрагментацію ідентичності внаслідок множинності соціальних ролей (коли в різних цифрових контекстах людина може презентувати себе по-різному: наприклад, професійний образ у LinkedIn і особистий в Instagram), що впливає на розмивання цілісності самоідентичності й ускладнення інтеграції різних аспектів ідентичності в єдине ціле. Цифрові технології змінюють механізми соціалізації, спрощують доступ до різних спільнот, але водночас знижують глибину реальних міжособистісних зв'язків [2]. Серед інших аспектів виокремлюють також кібербулінг, віртуальну залежність із заміщенням реальних соціальних контактів (що негативно впливає на емоційний розвиток і здатність до рефлексії), вплив алгоритмів і фільтрів, які формують викривлену інформаційну бульбашку, що впливає на уявлення людини про себе, її цінності й уподобання; синдром FOMO (Fear of Missing Out) як тривожний психічний стан і постійне бажання бути в курсі всіх подій у цифровому світі; феномен так званого цифрового ампула, коли люди створюють «ідеальну» картинку свого життя онлайн, що може призводити до когнітивного дисонансу та почуття незадоволеності своїм реальним життям.

Ще одна проблема ідентичності в цифровому середовищі в контексті тотальної невизначеності навколишнього світу пов'язана із соціальною транзитивністю, розширенням міжособистісної комунікації, множинністю соціальних контекстів, які уможливають різні варіанти стратегій комунікації та соціалізації. Одним із наслідків є криза ідентичності як особливий стан свідомості, коли звичні соціальні категорії та норми, які раніше допомагали людині визначати своє місце в суспільстві, втрачають чіткість і значущість. Це може спричинити відмову від морально-етичних принципів як основи регулювання поведінки (ідеться про такі явища, як ацентризм, бінаризм тощо), внутрішньоособистісні конфлікти, що супроводжуються дезорганізованістю, відчуженням, самотністю, соціальною ізоляцією, агресивністю, відчуттям безсенсовості життя, непристосованістю тощо.

Як варіанти вирішення цієї проблеми можна говорити про практикування цифрової грамотності та розвиток критичного мислення; обмеження часу в інтернеті та збільшення живих взаємодій; звернення до психологів чи інших фахівців у разі значних труднощів. Зрештою, усвідомлення, що віртуальне «Я» є лише частиною багатогранної особистості. Необхідно впроваджувати освітні програми, спрямовані на підвищення обізнаності про проблеми кіберідентичності та безпеки в інтернеті, на розвиток критичного мислення. Варто заохочувати людей до реальних соціальних взаємодій та підтримувати баланс між онлайн- і офлайн-життям [10; 11].

Отже, поняття цифрової ідентичності можна характеризувати як багатовимірну систему, яку треба описувати через її зміст, процесуальні характеристики, цінності, аспекти взаємодії із соціальним контекстом тощо. Попри значну кількість емпіричних і теоретичних досліджень, присвячених цій проблемі, цілісного уявлення про її формування та функціонування поки що немає, а наявні підходи залишаються фрагментарними. Кіберідентичність нині є новим ресурсом для розвитку особистості. До ключових чинників, які визначають формування її структури, належать ціннісні й емоційні аспекти елементів, а також особливості взаємозв'язків людини із віртуальним середовищем. Ці взаємозв'язки забезпечують формування конкретної ідентичності та включають кількість віртуальних контактів, їхню інтенсивність, тривалість і якість. Значний вплив також мають глибина емоційних зв'язків і ступінь залученості у віртуальні групи чи спільноти, що сприяє формуванню почуття приналежності та стійкості ідентичності. Важливо навчитися усвідомлено користуватися цифровими технологіями, щоб зберегти баланс між реальним «Я» та цифровим образом, а також розвивати здорову соціалізацію в умовах цифрового світу. Інакше кажучи, адаптація до змін за збереження стійких ідентифікаційних форм в умовах інформаційного суспільства має будуватися на динамічній рівновазі стабільних і мінливих компонентів. Кіберідентичність є складним і багатогранним феноменом, який має значний вплив на психологічне здоров'я людини. Щоби мінімізувати негативні наслідки кіберідентичності, необхідно проводити комплексну роботу, яка передбачає освітні програми, розвиток критичного мислення та надання психологічної допомоги.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мазур Л. Самоідентичність особистості як філософсько-антропологічна проблема : монографія. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. 432 с.
2. Akfırat S., Uysal M.S., Bayrak F., Ergiye T., Üzümcüker E., Yurtbakan T., Özkan, Özlem S. Social identification and collective action participation in the internet age: A meta-analysis. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2021. № 15 (4). Article 10. <https://doi.org/10.5817/CP2021-4-10>.

3. Andreassen C.S. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey / Addictive Behaviors. *The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem*. 2017. Vol. 64. P. 287–293.
4. Berzonsky M. Identity style and coping style. *Journal of personality*. 1992. P. 771–788.
5. Harré R. The singular self: An introduction to the psychology of personhood. London : Sage Publications, Inc., 1998. 208 p.
6. Marcia J.E. Identity in Adolescence : Handbook of Adolescent Psychology / Ed. by J. Adelson. New York : John Wiley & Sons, 1980. P. 159–160.
7. Salimkhan G., Manago A.M., Greenfield P.M. The Construction of the Virtual Self on MySpace. *Cyberpsychology : Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2010. № 4 (1). Article 1. URL: <https://cyberpsychology.eu/article/view/4231>
8. Suler J. The psychology of cyberspace. 2023. URL: <https://www.johnsuler.com/pdfs/psycyber.pdf>.
9. Swann W.B., Klein J.W., Gómez Á. Comprehensive Identity fusion theory (CIFT): New insights and a revised theory. *Advances in Experimental Social Psychology*. 2024. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0065260124000157>.
10. Wiederhold B.K. Digital Health as a Catalyst for Mental Health Equity. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2024. V. 27. № 12.
11. World Health Organization. Global Strategy on Digital Health 2020–2025. August 18, 2021. URL: <https://www.who.int/docs/default-source/documents/g4dhdaa2a9f352b0445bafbc79ca799dce4d.pdf>.