

Цифрова трансформація

УДК 316 (477)

ДЗЬОБАНЬ О.П., доктор філософських наук, професор, головний науковий співробітник ДНУ ПБП НАІПрН України.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2075-7508>.

АНДРУЩЕНКО О.П., доктор філософії, асистент кафедри філософії Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-1759-1166>.

САМОІДЕНТИФІКАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ: ДО КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ СМІСЛУ

DOI: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2025.2\(53\).334041](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2025.2(53).334041)

Анотація. Показано, що в періоди глобальних змін інформаційного суспільства людина закономірно опиняється в ситуації суперечливих процесів і подальшої кризи ідентичності. Стимулом для цього стали трансформації символічного універсуму, який виступає посередником між індивідом і суспільством і в межах якого здійснювалися й регулювалися всі форми життєдіяльності кожного індивіда. Обґрунтовується, що людина значною мірою залежить від тих комунікативних зв'язків, які об'єднують її в соціальну спільноту, від панівних у ту чи іншу епоху систем знань і цінностей, і саме ці чинники впливають на формування ідентичності особистості в умовах інформаційного суспільства.

Ключові слова: ідентичність, самоідентифікація, людина, комунікації, безпека, інформаційне суспільство, інформаційний простір.

Summary. It is shown that during periods of global change within the information society, individuals inevitably find themselves in situations marked by contradictory processes and a subsequent crisis of identity. This is driven by transformations within the symbolic universe, which serves as an intermediary between the individual and society and within which all forms of life activity for each individual were carried out and regulated. It is argued that a person is significantly dependent on the communicative connections that integrate them into a social community, on the systems of knowledge and values prevailing in a given era, and that these factors influence the formation of personal identity in the context of an information society.

Key words: identity, self-identification, person, communications, security, information society, information space, virtual world.

Постановка проблеми. Актуальність проблеми самоідентифікації особистості в умовах сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства зумовлена гострою необхідністю теоретичного осмислення соціокультурних змін і взаємодій у сфері трансформації сучасного цивілізаційного. Охоплений усілякими великомасштабними процесами сьогодення світ стрімко змінюється. Відповідно, активізуються і розширюються процеси глобалізації та комунікації сучасного суспільства, зазнає глибинних змін і сам його внутрішній устрій. При цьому стає особливо помітним як позитивний, так і негативний вплив сучасних комунікаційних процесів на життя і функціонування суспільства. У зв'язку з цим, актуальними стають проблеми

теоретизації та новітнього відтворення культурних взаємозв'язків як таких, всебічного дослідження і глобальних, і приватних особливостей культурного розвитку, ролі та місця самого суб'єкта культурних перетворень, особливо його ідентичності.

Особливої значущості проблемі надає той факт, що в період глобальних змін інформаційного суспільства людина закономірно опиняється в ситуації суперечливих процесів і подальшої кризи ідентичності. Ця криза проявляється, найчастіше, у всіляких варіаціях: депресії та байдужості, невинуватій жорстокості, підвищеній агресивності, різних проявах залежності, інфантильності та слабкості, прагненні сховатися від загроз (часом удаваних) навколишнього світу, у проявах аморальності, у різних видах містицизму, релігійності та марновірства, безглузкого нігілізму та самозакоханості, у пияцтві, наркоманії тощо. Ці сучасні особливості цивілізації ведуть, по суті, до катастрофи особистості – “негативної автономії, ідеології лихоліття, заплутування або відсутності життєвих планів, а зрештою – до втрати ідентичності.

Надзвичайно актуальна в усьому світі криза ідентичності зумовлена часто нав'язуваним ззовні “наступом культури постмодернізму і неолібералізму, інформаційної економіки, глобальної політики. Крім того, вона проектує увагу до тих нанотехнологічних форматів інформаційного поля, які дають змогу знаходити шляхи виходу з цієї кризи, а також до пошуку нових форм і видів ідентичності, насамперед у культурному просторі інформаційного суспільства.

У зв'язку з цим постає необхідність філософського аналізу причин, правил і настанов як лекал для самовизначення та самоідентифікації особистості, особливо в Інтернет-середовищі, що надають людині реальні можливості для самоідентифікації.

Результати аналізу наукових публікацій. Виникнення проблематики ідентифікації та ідентичності традиційно пов'язують з психологічними вченнями. У 1940 роки минулого століття Е. Еріксон пропонує у своїх концепціях терміни “ідентичність, “криза ідентичності” [1]. У 1950 роки виникають різні інтерпретації цих понять.

Еволюція проблеми ідентичності від появи перших зародкових теоретичних форм до самостійного теоретичного знання простежується в роботах відомих класиків зарубіжної філософії, психології та соціології: У. Джеймса, З. Фрейда, К. Юнга, Ж. Піаже, Е. Фромма, Дж. Міда, Ч. Кулі, Е. Еріксона, А. Маслоу, Р. Мейлі, Ю. Хабермаса, К. Хорні та багатьох інших дослідників. Суттєвий внесок у розробку проблеми ідентичності зробили і вітчизняні дослідники (В. Вінков [2], І. Коваленко [3], Ю. Мелякова [4-5], М. Степико [6], Т. Шарова [7] та ін.). Разом з тим, дослідження даної проблеми дозволяє констатувати, що незважаючи на наявну солідну теоретичну базу досліджуваних феноменів, їх рефлексія в умовах інформаційного суспільства потребує уточнень з урахуванням нетривіальних інформаційно-технологічних процесів.

Таким чином, за умов динамічних плюралістичних змін культури суспільства, її глобалізації під впливом мережі Інтернет і необхідності розгляду цих процесів як важливих тем філософського дискурсу та соціального вивчення, з огляду на те, що в наукових дослідженнях вони не знайшли достатнього висвітлення, проблема ідентичності в сучасному інформаційному просторі видається вельми актуальною.

Метою статті є уточнення ролі впливу інформаційного суспільства на трансформацію тих нових чинників, які впливають на ідентифікацію особистості в нових реаліях інформаційного простору.

Виклад основного матеріалу. Передусім підкреслимо, що, як зазначалося раніше [8-9], проблема ідентифікації людини в умовах мінливої світоглядної парадигми інформаційного суспільства є актуальною і вимагає вироблення на філософському рівні установок, які допомагають індивіду зберегти свою тотожність під інтенсивним

впливом інформаційних потоків. Під впливом наростаючого процесу інформатизації усіх сторін життєдіяльності індивіда відбувається переакцентуація ціннісної, морально-духовної складових світоглядного поля людини, трансформуються традиційні форми комунікації, ускладнюються системні зв'язки соціальних суб'єктів. Як наслідок, поновому постає проблема ідентифікації, яка представляє собою багатовекторний філософський феномен, що визначає особливу роботу самосвідомості й дозволяє індивіду визначити свою ідентичність і соціально-особистісний ареал [10].

Звертаючи увагу на специфіку людського буття за умов інформаційного суспільства, важливо проаналізувати сутність кризового стану ідентичності та розглянути основні проблеми ідентифікації, що виникають за рахунок втрати індивідом у нових інформаційних умовах своїх колишніх смисложиттєвих орієнтацій і ціннісних установок.

Стимулом для виникнення такого штибу проблем стало руйнування символічного універсуму, в межах якого здійснювалися й урегульовувалися всі форми життєдіяльності кожного індивіда і який виступає посередником між індивідом і суспільством. З трансформацією людського буття безпосередньо стикається і проблема кризи влади в постіндустріальному суспільстві, оскільки тільки в цьому аспекті можна поміркувати про нагальну розбудову будь-якого смислового простору, що гарантуватиме сталість у самій соціальній системі.

Слід зауважити, що визначальну роль у появі радикальних процесів автономізації людини відіграє делегітимація, а вона, своєю чергою, призводить до найсильнішої хвилі індивідуалізації. Особливе значення тут мають і спричинені нею глобалізація та процеси, які представлені у вигляді двох основних тенденцій. Перша з них проявляється в посиленні жорсткої взаємної залежності всього людства як загальносвітового цілого, друга ж виражається в послабленні ролі і значення практично всіх суспільних інститутів.

Сама по собі глобалізація була імпульсом у зміні всіх сфер людського буття, вона розсунула рамки світосприйняття особистості, чітко позначивши неправомірність діяльності різноманітних соціальних інститутів, узаконених традицією, і знявши обмеження з буденного досвіду індивіда. Глобалізація полягає одночасно в уніфікації, як поширенні загальновідомих універсальних стандартів і моделей, і сегментації світу, поділу соціокультурного простору, виникненні дедалі дрібніших груп і культурних ніш, що відкриває перед індивідом широкий спектр можливостей, але при цьому утруднює процес самоідентифікації.

Необхідно виявити специфіку делегітимації. Легітимація – це процес роз'яснення, утвердження та виправдання тих чи інших настанов або порядків, що надають смислової канви та доведеності соціальному існуванню людини. На думку Пітера Бергера і Томаса Лукмана, легітимація означає процес смислової об'єктивації “другого порядку” [11]. Сутність смислової об'єктивації полягає в наступному: різним процесам, що відбуваються в соціумі, надають відповідних значень (першого порядку), але в перебігу їхнього злиття неодмінно складаються нові, унаслідок чого соціальна дійсність не лише виконує різноманітні заплановані функції та має при цьому особливе значення, а й надає інтерсуб'єктивного смислу, що чітко легітимує життя конкретних людей. Легітимація, перш за все, дає змогу надати смисловим значенням інституційної настанови для всіх учасників певної спільноти (горизонтальний зріз інтеграції) та надає будь-якій людині реальну можливість переосмислити не лише свій буденний досвід та повсякденне життя, а й усю свою біографічну історію загалом, у межах названої інтерсуб'єктивної системи (вертикальний зріз інтеграції).

На сьогоднішній день проблема легітимності найширше представлена у працях уже згадуваних дослідників Лукмана і Бергера, але першим, хто вивів цю проблему за рамки

звичного розуміння суто політичних та ідеологічних досліджень, був, звісно ж, Макс Вебер, який називав поняттям “легітимний порядок” увесь нормативний аспект наявної соціальної системи в повному обсязі [12-13]. На думку вченого, такий порядок не існує окремо, але з неминучістю пов’язаний із відомими соціальними групами, верствами, колективом. Отже, соціетальна спільнота (що являє собою груповий аспект соціальної системи) є колективом, який існує в певних межах і має певні засвоєні зобов’язання.

Вищим рівнем легітимації [11] є символічний універсум, що є цілісною системою відліку, яка об’єднує різноманітні смислові обрії. У рамках символічного універсуму всі переживання і досвід, що належать до різних сфер дійсності, осмислюються з огляду на загальну ціннісну систему координат.

У просторі символічного універсуму існують так звані смислові обрії як виміри людського життя, у межах яких людина має можливість формування власного Я й осмислення свого життя. Смислові горизонти конструюються на базі релігійних настанов, традицій, які впливають на людину, на її ціннісну матрицю. “Жоден художник ніколи не напише своєї картини, жоден полководець не здобуде перемоги, жоден народ не завоює свободи без таких горизонтів”, – зазначав у цьому контексті Фрідріх Ніцше [14].

У сучасному суспільстві, пронизаному індивідуалізмом, ці “обрії змінюються під впливом тих знань, які здобула людина, проникаючи в інформаційне поле і, відповідно, інтерпретуючи їх відповідно до своїх відчуттів і цільових установок. Можна таким чином помітити, що ці “горизонти” стають відображенням чогось певного, сформульованого під впливом інформаційних потоків знання. Тому можна говорити і про те, що такі поняття, як “знання” і “цінності”, нині багато в чому визначають становище особистості в соціальній структурі, узгоджуючись як із когнітивним, так і нормативним аспектами.

Однак самі ці аспекти є вельми рухливими, що створює проблематичність для існування певного “символічного універсуму”. Це викликано тим, що руйнуються інститути традиційного суспільства, інших функцій набуває держава. Слід враховувати і факт того, що значні зміни торкнулися сім’ї та її ролі у вихованні дітей. Усе це підтверджує думку, що в постіндустріальному суспільстві, де відсутні стандарти мислення, змінюється уявлення про цілісну ідентичність особистості.

Водночас, незважаючи на те, що людина нібито втрачає стабільність свого відчуття ідентичності, вона прагне цю стабільність, нехай у новій формі, новій якості, віднайти, і в цьому її прагненні до соціальної взаємодії простежуються спроби виходу з “кризи ідентичності”, пошуків шляхів подолання аномії, спричиненої втратою колишніх орієнтирів.

Проблема людини в нових реаліях є основою для багатьох досліджень. Увагу звертають на те, що для людини, яка втратила певний універсум, є можливість або самостійно визначити свою життєву програму, або прийняти ті готові рецепти, що їх пропонує їй інформаційний простір з його мережевою різноманітністю.

Існує достатня кількість точок зору на проблему зміни природи людини і характеру цінностей залежно від зміни історичних епох. Так, Макс Вебер проголосив настання епохи “ціннісного політеїзму”, позаяк в індустріальному світі людина зіштовхується з безліччю авторитетів, кожний з яких не є вже абсолютним універсумом [15].

Багато вітчизняних дослідників основною рисою сучасної цивілізації вважають заперечення тих принципів, які не узгоджуються з людською індивідуальністю. У зв’язку з цим вони більшість цінностей і норм зводять, в основному, до аксіосфери індивідуальності, її внутрішньої суперечливості [16 – 19].

Ціннісна проблематика також присутня в дослідженнях постмодерністського філософа Жана Бодрійяра. Він вибудовував свою класифікацію цінностей залежно від

рівня розвитку суспільства і характеризував сучасну йому епоху як стадію дроблення, “дифузії цінностей”. Бодрійяр виокремлював початкову стадію розвитку суспільства, коли тривав процес формування побутових цінностей, узгоджених із природними звичаями. Далі йшлося про товарну стадію – ринкову, де цінності узгоджувалися з правилами торгівлі і тому являли собою засіб обміну. Таким чином, тут уже виникає еквівалентність цінностей. Далі Бодрійяр виокремлював структурну стадію, на якій цінність виступає як символ, що відповідає сукупності образів. У постіндустріальному ж суспільстві виступає “фрактальна” стадія. Для неї залишається характерною “дифузія цінностей” і тому саме поняття цінності вже не є актуальним, оскільки вже неможливо відокремити істинне від хибного [20].

За всіх модифікацій сутності цінності, зміни її призначення в людській діяльності та її життєвих установках вона є незмінною для визначення ідентичності особистості.

Поява терміну “ідентичність” традиційно пов’язана з ім’ям Еріка Еріксона, який сформулював її як особливе відчуття особистої тотожності та історичної безперервності людини [1]. За Еріксоном, ідентичність існує на двох рівнях. Перший рівень, індивідуальний (Я-ідентичність), передбачає сприйняття себе як тотожного й усвідомлення безперервності свого існування в часі та просторі. Другий рівень, соціальний, включає сприйняття того, що інші люди визнають мою особистісну тотожність і безперервність. Кожен із рівнів ідентичності має два полюси: позитивний – те, якою людиною має бути з погляду свого соціального оточення, і негативний – те, якою людиною бути не повинна. Для поступального розвитку необхідно, щоб позитивна ідентичність переважала над негативною [1].

Термін “ідентичність” походить від латинського *idem* – “ототожнюю”. Сучасні вітчизняні дослідники визначають ідентичність як “форму самосвідомості людини, що характеризується її індивідуальним самосприйняттям, чіткою визначеністю цінностей, духовних потреб і пріоритетів, ототожненням себе із певною соціально-історичною і культурною спільністю та свідчить про високий рівень розвитку особистості. Ідентичність конкретної особи, як правило, є множиною, синтезуючою багато вимірів самоусвідомлення” [21, с. 383-384]. Також у вітчизняному науковому дискурсі досить часто вживається термін “громадянська ідентичність”, під якою розуміють одну з форм колективної ідентичності “в межах якої людина усвідомлює себе громадянином, тобто особою, приналежною до політичної нації – співтовариства, об’єднаного спільною формою правової самоорганізації та політичною культурою” [22, с. 278].

Семюель Хантінгтон визначає ідентичність як самосвідомість індивіда або групи [23]. Часто використовуючи це поняття, автори просто віддають данину моді й не завжди чітко уявляють собі понятійне поле, етимологію та теоретичні засади ідентичності.

Засновник психоаналізу Зігмунд Фрейд увів у звичний науковий обіг стандартний термін “ідентифікація” [24]. Його послідовник Карл Густав Юнг ввів поняття колективного (трансперсонального) несвідомого – сховища прихованих спогадів, у яких міститься досвід усієї нації [25 – 26]. Глибокий зміст колективного несвідомого становлять особливі учасники нашого спільного несвідомого, названого ним – архетипи, які корелюють з “самістю”, тобто з ідентичністю.

Альфред Адлер формування ідентичності пояснює теорією компенсації [27]. На відміну від Фрейда, який вбачав мотиви поведінки людини в сексуальному інстинкті (лібідо), Адлер вважав, що людиною керує прагнення до переваги. Кожна людина з’являється на світ із прагненням до зверхності, але його не завжди вдається реалізувати через фізіологічні або психологічні особливості. Тому все людство страждає від почуття неповноцінності внаслідок недоліків або невдач. Для подолання почуття

неповноцінності людина вдається до компенсації, у процесі якої людина виробляє індивідуальний життєвий стиль, який трансформується в ідентичність.

Інформаційні технології частково надають можливість індивідові долати згадану кризу самоідентифікації, за допомогою віртуальної реальності.

Віртуальний соціальний світ, що включає в себе і віртуальну культуру – Інтернет істотно відрізняється від реального соціального світу. Між віртуальною культурою і культурою взагалі також не можна поставити знак тотожності. Обставини, за яких здійснюється віртуальна комунікація в Інтернеті, значно змінені порівняно з факторами та умовами реального спілкування. Тому, цілком доцільно постають наступні питання. Що відбувається в цих умовах і чим це відрізняється від того, як воно відбувається в реальному соціальному світі? Що відбувається, коли перестають діяти механізми соціального сприйняття, закінчується світ звичайної не віртуальної культури, які діють у прийнятих умовах, і яка їхня роль у соціальній самопрезентації? Далі, якщо розглядати соціальне сприйняття як вплив, які наслідки для людини має те, що вона стає об'єктом соціальної перцепції для невидимого анонімного незнайомця, з яким вони ніколи не зустрінуться в реальному житті? І як особливості спілкування в Інтернеті визначають специфіку характеристик соціального сприйняття як чинника соціального пізнання?

Перш ніж звернутися до особливостей самоідентифікації особистості в Інтернеті, необхідно спершу визначити особливості соціально-культурного спілкування в Інтернеті загалом, які визначають специфіку відповідного сприйняття в цьому середовищі. Сучасні дослідники виокремлюють низку особливих специфік комунікації в Інтернеті, які пов'язані з технологією, що опосередковує комунікацію [28-30].

1. Обмежений сенсорний досвід: аж до наших днів переважна більшість просторів комунікації в Інтернеті – суто текстові. Це означає, що єдиним можливим джерелом усієї інформації про співрозмовника, який вас цікавить, у віртуальній комунікації може бути тільки текстове повідомлення на відміну від реального спілкування. Спілкування в Інтернеті від самого початку повністю відсутні всі індикатори соціальних позицій людини і її невербальної поведінки. Хоча їхня відсутність може частково компенсуватися “проговорюванням” соціального статусу і невербальної поведінки, але, оскільки повна компенсація неможлива, то ця нестача невербальних засобів спілкування визначатиме відмінності соціальної перцепції в Інтернеті від соціальної перцепції в реальності.

2. Просторова віддаленість користувачів мережі один від одного. Ця риса в поєднанні з наступною особливістю віртуальної комунікації – анонімністю – забезпечує суб'єктивне відчуття безпеки.

3. Анонімність – це коли для інших користувачів системи відома виключно тільки мережева адреса комп'ютера. Усю іншу інформацію кожен учасник комунікації надає всім іншим залежно від свого вибору.

Ці особливості самоідентифікації особистості в Інтернеті дають змогу поставити два основні запитання. По-перше, як змінюється процес і результат соціальної перцепції порівняно із соціальною перцепцією в реальності внаслідок відсутності “великої” інформації, яка при реальному спілкуванні неодмінно міститься в усьому її зовнішньому вигляді – відсутності невербальних засобів спілкування? По-друге, як впливає на людину, яка є об'єктом сприйняття, те, що вона безпосередньо сприймає з погляду невідомого їй і невидимого для неї свого партнера по здійснюваній комунікації?

Відповідаючи на перше запитання, необхідно зазначити, що Мережа є надто різноманітною для того, щоб розглядати її як щось ціле, що різко відрізняється від соціальної реальності. У ній існує безліч спільнот, і деякі з них за своїми характеристиками близькі до реальних спільнот, характеристики інших, навпаки,

специфічні саме для мережевої комунікації. Конкретніше, до реальних спільнот наближаються закриті мережеві спільноти, склад яких є стабільним, норми чітко окресленими й такими, що відрізняються від норм інших спільнот, а межі чітко визначеними. Їхні члени ідентифіковані один для одного. Найвіддаленішими від реальних соціальних груп є ті мережеві спільноти, склад яких нестабільний, межі не визначені і норми яких не відрізняються від норм інших відомих спільнот. Учасники цих об'єднань практично неідентифіковані один для одного.

Особливості самоідентифікації особистості в бурхливому і непередбачуваному інформаційному просторі виявляються найяскравіше у спільнотах останнього типу. За таких обставин соціальний візуальний контакт в Інтернеті можна позначити як сприйняття анонімної для нас незнайомої людини. Перше, що здійснюється за обставин сприйняття невідомого нам соціального об'єкта, його категоризація, тобто віднесення його до певного класу об'єктів. Відомо, що проведення категоризації, яке спирається винятково на зовнішній вигляд, процес, у якому на етапі формування превалюють лише враження про незнайому людину. Під час першого знайомства кожна людина насамперед схильна визначати для себе, ким є співрозмовник, якого вона сприймає, водночас особливо важливо визначитися з його приналежністю до своєї соціальної групи: йдеться про його національність, стать, вік, статус, матеріальне становище, професійну приналежність, ступінь освіченості та інтелігентності, естетичну привабливість тощо.

У тому ж випадку, коли про соціальний категоріальний статус віз-а-ві людини відомо ще до безпосереднього знайомства з нею, знання про соціальну роль людини спрямовує процес соціального сприйняття в річище соціального стереотипу, що випереджає відображення її індивідуальних особливостей; інакше кажучи, у такому разі інтерпретація людини підкорюється настанові на статусно-рольові характеристики особистості.

Ось чому обставини невидимості користувачів Інтернету один для одного вочевидь активно впливають на їхнє соціальне сприйняття загалом. Це передусім стосується труднощів здійснення соціальної категоризації, бо у віртуальній комунікації геть відсутні фіксатори соціальних ролей, які в реальному житті обов'язково відображаються в рисах зовнішнього вигляду. Єдиною формою категоризації незнайомої людини у віртуальній комунікації виявляється категоризація її як людини взагалі. Категоризація здійснюється як на основі ознак об'єкта сприйняття, так і на основі минулого досвіду суб'єкта. У віртуальній комунікації ознаки об'єкта неочевидні, невизначені, причому особливо це стосується іншої людини – ознаки групи користувачів (норми мережевого співтовариства) часто явно прописані, і в цьому разі категоризація відбувається легко, приблизно так само, як і в реальності. Сприйняття ж одним користувачем Інтернету іншого користувача, у тому разі, коли це відбувається у спільноті без якихось особливих норм, склад якої нестабільний і межі якого можуть бути ясно визначені, має власну специфіку. Уся інформація, яку може отримати в цьому випадку одна людина про іншу, – це текстові повідомлення на екрані її монітора, причому інформація про соціальну категорію іншої людини може бути фальсифікована [28-30].

Таким чином, віднесення людини, яку сприймають, до певної соціальної категорії на підставі якихось її ознак ускладнене через те, що ці ознаки неочевидні й нечисленні. Тому можна припустити, що в категоризації у віртуальній комунікації основну роль відіграє саме минулий досвід суб'єкта сприйняття, а не ознаки об'єкта.

Отже, якщо під час первинного сприйняття незнайомої досі людини в ситуації реального соціального сприйняття діють міжгрупові механізми соціального сприйняття: фізіогномічна редукція, стереотипізація, інгруповий фаворитизм та каузальна атрибуція,

то у віртуальній комунікації переважають ті механізми соціального сприйняття, що ґрунтуються більшою мірою на минулому досвіді суб'єкта, його культурному досвіді та ціннісних характеристиках, тобто, атрибутивні процеси: проекція – приписування власних рис об'єкту сприйняття. Узагальнюючи напрацювання сучасних дослідників [31-33] і згадуючи загальноживану фразу “Куди б я не попрямував у кіберпросторі, я завжди натрапляю на абсолютно однакових людей!”, можна перефразувати останню – “Куди б я не попрямував, я знаходжу себе!”.

Неможливість застосувати звичні способи категоризації в Інтернеті може викликати дискомфорт. Цілком логічно, що людині важко розмовляти з іншою людиною, не знаючи, якої вона статі. Імовірно, важливість знання того, до якої саме соціальної категорії належить людина, яку сприймають, залежить від особливостей суб'єкта сприйняття і може бути різною для різних людей. Оскільки пізнання іншої людини загалом відбувається за тими самими критеріями, що й самопізнання, то важливість категоризації іншої людини може визначатися важливістю самокатегоризації, або, іншими словами, вираженістю соціальної ідентичності суб'єкта соціальної перцепції. Тобто, неможливість віднести сприйману людину до певної соціальної категорії може спричиняти дискомфорт у тих, чия соціальна ідентичність є чітко вираженою, і не спричиняти дискомфорту в тих, чия соціальна ідентичність такою не є.

Опосередкована комп'ютером комунікація є зручним об'єктом вивчення впливу анонімності на поведінку: досі у більшості віртуальних спільнот єдиним засобом комунікації є текст, і співрозмовники залишаються невидимими один для одного. Оскільки у самій віртуальній комунікації співрозмовники невидимі один для одного, в ній, як і в будь-яких інших умовах анонімності, має стати яскраво вираженою соціальна ідентичність. Сам факт просторової віддаленості передбачає суб'єктивну захищеність, а анонімність посилює її. Через це Інтернет здається одним із найбезпечніших із можливих соціальних середовищ. Почуття безпеки дозволяє користувачам виразити більшу близькість та симпатію один до одного, аніж у реальному житті.

Як переживання суб'єктивної безпеки може впливати на особливості самоідентифікації особистості в інформаційному просторі? Можна припустити, що суб'єктивна безпека – це досвід відсутності наслідків – кожен користувач може пробувати будь-які способи поведінки, потім розлучатися з ними та пробувати інші способи. У реальному спілкуванні об'єкт соціального сприйняття справедливо передбачає, що його дії чи висловлювання вплинуть на думку про нього спостерігачів, але насправді – це думка вплине подальші відносини. Саме тут віртуальна комунікація відрізняється від реальної – у реальній комунікації подальші стосунки є неминучими, а у віртуальній комунікації від них простіше відмовитися та вступити до інших відносин. Це можливо, оскільки безпосередньо у віртуальній комунікації коло людей, з якими в принципі можна будувати відносини, обмежене насамперед територіально, а у віртуальній комунікації таких обмежень немає. З віртуальних відносин легше піти, причому цей відхід не пов'язаний із втратою кола спілкування взагалі. Насправді випадок, коли контакт може бути перерваний, насправді далеко не завжди може бути можливим. Обставини часто змушують нас тісно контактувати і спілкуватися з індивідами, до яких ми не відчуваємо схильності, або, можливо, навіть більше – до яких у нас у момент первинного візуального контакту чомусь виникла неприязнь або навіть повне неприйняття. Уникнути ж майбутніх контактів з антипатичною персоною нам не під силу. Тобто, наслідки дій людини у віртуальній комунікації порівняно з реальною значно менше впливають на її подальші відносини із соціумом, накладають на неї менше зобов'язань та меншу відповідальність.

В Інтернеті ситуація спілкування часто стає міжособистісною, як і в реальному спілкуванні, і це може бути пов'язано саме з досвідом дії, що триває в часі, в безпечному середовищі, не одноразовим, розтягнутим у часі. Тобто, можна припустити, що у мережному спілкуванні невідповідність стандартам певної групи стає безпечною, і ця суб'єктивна безпека “зсуває” взаємодію від міжгрупового до міжособистісного полюса. Очевидно, суб'єктивна безпека через переживання відсутності наслідків на рівні соціального сприйняття призводить до зниження значення соціальної категоризації та до збільшення “інтимності” спілкування. Найменшу “міжособистісність” опосередкованою комп'ютером комунікації явно не можна назвати загальною особливістю всіх віртуальних спільнот, і це може бути пов'язано, ймовірно, з більшою суб'єктивною безпекою спілкування в Інтернеті.

У будь-якому випадку, вибіркова пізнаваність суб'єкта віртуальної комунікації може бути визнана зручним засобом для вирішення низки проблем, що виникають при самоідентифікації особистості в інформаційному просторі.

Багато було зроблено у дослідженні самоідентифікації особистості представниками символічного інтеракціонізму. Одним із його засновників є Чарльз Кулі – дослідник самості (понять “я” (I), “мене” (me), “моє” (my), “я сам” (myself) і автор концепції дзеркального “я” [34]. На думку Кулі, людина не випадково сприймає своє “я” через відображення в інших. Тому величезну роль у нашому житті відіграє те, що про нас думають інші порівняно з міркуваннями про самих себе за цим самим відображенням. Саме через наші відносини та взаємодії з іншими людьми, через їх оцінки своєї особистості кожна людина встановлює і визначає для себе, розумна вона чи не дуже, цікава як людина чи ні, приваблива чи некрасива, хоча оцінка може не відповідати дійсності (ефект спотвореного дзеркала – *misperception*).

Джордж Мід розробив концепцію “узагальненого Іншого”, що доповнює та розвиває теорію, дзеркального “я” [35 – 36]. Відповідно до цієї концепції “узагальнений Інший” – це загальні цінності та стандарти поведінки певної групи, які формують у членів цієї групи індивідуальний Я-образ. Індивід у процесі спілкування постає місце інших індивідів і бачить себе іншою особистістю. “Узагальнений Інший” розвивається через процеси прийняття та виконання ролі – прийняття на себе поведінки особистості в іншій ситуації або в іншій ролі.

Традиційна ідентичність була незмінна протягом усього життя. Середньовічні ремісники успадковували професію своїх батьків і передавали її дітям. Все життя вони мешкали в одному місці. Інформацію отримували від свого найближчого оточення, оскільки ЗМІ були нерозвинені.

Глобалізація позбавляє людину звичних, стійких орієнтирів [37]. Стирається грань між близьким та далеким, важливим та не важливим. Сучасні ефективні засоби мас-медіа та мобільного зв'язку полегшують доступ до інформації. Легкість, з якою ми оперуємо інформацією, перетворює її на сміття. Масовими стають міграції. Той факт, що кількість контактів у сучасному світі зростає, а ідентичність неможливо підтримувати без участі інших людей, дало підставу Бергеру та Лукману стверджувати, що в постіндустріальному суспільстві переважатиме “ззовні орієнтована” особистість. Досяжність надійної ідентичності та можливість її виникнення взагалі стануть проблематичними, а “відмова від ідентичності” є єдиною правильною поведінкою людини. Як писав відомий американський соціолог Ірвінг Гофман, люди поводяться як актори: “Я такий, яким ви мене хочете бачити” [38]. У стабільних суспільствах питання про ідентичність немає, оскільки кожен знає і відчуває свою приналежність. Однак у смутні часи змін та потрясінь, коли минуле є нестерпним, а майбутнє невизначеним, питання про

ідентичність суттєво актуалізується. Вона задає напрямок розвитку, дозволяє чітко визначити національні інтереси, відрізнити друзів від ворогів, через що значення національної ідентичності виходить на перший план.

Національна ідентичність – культурна норма, що відображає емоційні реакції індивідів щодо своєї нації та національної політичної системи.

Дослідники відзначають такі причини зростання значущості національної ідентичності у світі [6; 39 – 40]:

- нерівномірний розвиток націй, що породжує експансію більш розвинених країн;
- світова конкуренція за ресурси;
- акцентування національної нетерпимості у ЗМІ;
- потреба у безпеці та об'єднання з цією метою у групи зі подібними цінностями;
- пошук орієнтирів та стабільності у перенасиченому інформацією нестабільному світі;
- інтенсифікація міжнаціональних контактів: як безпосередніх (трудова міграція, туризм), так і опосередкованих сучасними засобами масової комунікації.

Висновки.

З усього вищесказаного цілком можна дійти невтішного **висновку**, що люди значною мірою залежать від тих комунікативних зв'язків, які об'єднують їх у соціальну спільність, від панівних у ту чи іншу епоху систем знань і цінностей. Саме ці чинники суттєво впливають на формування ідентичності особистості, з її сприйняття себе як “ми” чи як “інший”.

Будучи результатом взаємодії людини і довкілля, ідентичність допомагає зрозуміти навколишній світ, відображаючись у свідомості людини. У зв'язку з цим особливої важливості, особливої ролі набуває вплив інформаційного суспільства на трансформацію тих нових факторів, які впливають на ідентифікацію особистості в нових реаліях кібернетичного простору, особливо пов'язаних з усвідомленням людиною можливості спілкування з іншими у віртуальному просторі. Саме ця обставина може бути певним окремим механізмом вирішення протиріч між самотністю особистості і пошуками нею шляхів виходу з цього стану.

Використана література

1. Erikson E.H. Identity Youth and Crisis. URL: https://www.academia.edu/37327712/Erik_H_Erikson_Identity_Youth_and_Crisis_1_1968_W_W_Norton_and_Company_1 (дата звернення: 22.03.2025).
2. Вінков В.Ю. Українці в умовах війни: особливості переживання загроз та наслідків для ідентичності. *Психологічні перспективи*. 2024. Вип. 43. С. 25-47.
3. Мелякова Ю., Коваленко І., Кальницький Е. Цифровий номадизм як новий модус ідентичності: досвід філософського осмислення. *Вісник Національного юридичного університету “Юридична академія України імені Ярослава Мудрого”*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2024. № 2 (61). С. 39-55.
4. Мелякова Ю.В. Від ідентичності до праворозуміння. *Вісник Національного університету “Юридична академія України імені Ярослава Мудрого”*. Серія: Політологія. 2016. № 2. С. 180-186.
5. Мелякова Ю.В. Самовизначення індивіда у полі правової культури: ідентичність чи імідж? *Вісник Національного університету “Юридична академія України імені Ярослава Мудрого”*. Серія: Філософія. 2016. № 4. С. 54-70.
6. Степико М.Т. Українська ідентичність у глобалізованому світі: монографія. Харків: Майдан, 2020. 258 с.

7. Шарова Т., Коломоєць Г., Малечко Т. Формування української національної ідентичності: засоби та ціннісні орієнтири. *Проблеми освіти*. 2024. Вип. 1. С. 328-347.
8. Danilyan O., Dzoban A., Kalinovskyy Y. Man in informational society: from moral identification to moral identity. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*. 2019. № 1. С. 108-113.
9. **Дзьобань О.П.**, Данильян О.Г. Людина в інформаційному суспільстві: проблема моральної ідентифікації. *Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія: Філософія*. 2019. № 1 (40). С. 8-20.
10. Дзьобань О.П., Жданенко С.Б. Множинна ідентичність особистості у мережевих умовах: до антропологічних засад інформаційного права. *Інформація і право*. № 3(34)/2020. С. 34-45.
11. Berger P. L., Luckmann T. *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. URL: <https://amstudugm.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/social-construction-of-reality.pdf> (дата звернення: 24.10.2024).
12. Weber M. *On Charisma and Institution Building: Selected Writings*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/On_Charisma_and_Institution_Building.html?id=Xeuf0351Pm4C&redir_esc=y (дата звернення: 24.03.2025).
13. Weber M. *Methodology of Social Sciences*. URL: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.476408/page/n1/mode/2up> (дата звернення: 24.10.2024).
14. Nietzsche F. *On the Advantage and Disadvantage of History for Life*. URL: <https://lesconference.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/04/on-the-advantage-and-disadvantageof-history-for-life.pdf> (дата звернення: 24.10.2024).
15. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. URL: http://lib.sumdu.edu.ua/library/docs/Materiali_do_kursiv/veber.pdf (дата звернення: 22.03.2025).
16. Дембіцький С., Сидоров М. Цінність самореалізації у структурі індивідуальної життєдіяльності. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2022. № 1. С. 6-28.
17. Дембіцький С., Сидоров М., Плющ В., Соснюк Є., Шалімова О. Системний підхід до соціологічного вивчення індивідуальних цінностей. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2019. № 3. С. 102-123.
18. Солодько С.Ю., Євтухов Д.В. Ексклюзивна моральність проти консервативно-ліберальної системи цінностей: підхід до систематизації та аналізу індивідуальних і соціетальних цінностей, пов'язаних із цінністю знання. *Габітус*. 2022. Вип. 44. С. 22-28.
19. Солодько С.Ю., Євтухов Д.В. Цінність знання у структурі індивідуальної життєдіяльності. *Габітус*. 2022. Вип. 40. С. 40-50.
20. Vaudrillard J. *The transparency of evil essays on extreme phenomena*. London: Verso, 1993. 110 p.
21. Мелякова Ю. Ідентичність. *Соціологія права: енциклопедичний словник* / Л.М. Герасіна, О.Ю. Панфілов, В.Л. Погрібна та ін.; за ред. М.П. Требіна. Харків: Право, 2020. С. 383-387.
22. Зимовець Р. В. Ідентичність громадянська. *Велика українська юридична енциклопедія: у 20 т.* Харків: Право, 2017. Т. 2: Філософія права / редкол.: С.І. Максимов (голова) та ін. С. 278-283.
23. Huntington S. *Who Are We?: The Challenges to Americans National Identity*. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Who-Are-We%3A-The-Challenges-to-America%27s-National-Huntington/7d0445e998533b9ac3029d900673648d4b62548e> (дата звернення: 23.03.2025).
24. Freud Z. *The psychology of the masses and the analysis of the human self*. URL: <https://www.livre-rare-book.com/book/30016025/albe3844e9656854c03> (дата звернення: 22.03.2025).
25. Юнг К. Г. *Архетип і колективне несвідоме*. Київ: Центр навчальної літератури, 2024. 120 с.
26. Юнг К. Г. *Архетип і символ*. Київ: Центр навчальної літератури, 2024. 436 с.
27. Adler A. *The Science of Living*. URL: https://books.google.com.ua/books/about/The_Science_of_Living_Psychology_Revival.html?id=JOPvQ0caLu4C&redir_esc=y (дата звернення: 22.03.2025).
28. Зінченко О.В. Психологічний аналіз проблеми Інтернет-спілкування. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2014. Вип. 2 (2). С. 26-31.

29. Ордановська О.І., Осипенко О.В., Єфремов О.М. Дослідження особливостей Інтернет-спілкування підлітків в сучасних умовах. *Перспективи та інновації науки. Серія "Педагогіка", Серія "Психологія", Серія "Медицина"*. 2023. № 11. С. 550-565.
30. Посохова В.В. Огляд практик спілкування в мережі Інтернет. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2012. Вип. 31. С. 93-102.
31. Литвиненко О.О. Комунікативні трансформації як наслідок розвитку сучасних цифрових Інтернет-технологій. *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 1. С. 36-41.
32. Кармазінова В.Д., Каркушка О.О. Інтернет-комунікації та їх використання в сучасних реаліях країни. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/14573/1/АКТУАЛ_NI_%20ПРОБЛЕМУ_HOSTYNNOSTI_22-129-131.pdf (дата звернення: 24.03.2025).
33. Курбан О.В. Загальна характеристика сучасного Інтернет-простору в контексті використання соціальних онлайн-мереж. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/146446544.pdf> (дата звернення: 24.03.2025).
34. Cooley С.Н. Human Nature and the Social Order. URL: <https://ia802800.us.archive.org/24/items/cu31924032559316/cu31924032559316.pdf> (дата звернення: 24.03.2025).
35. Mead G.H. Mind, Self, and Society. URL: <http://tankona.free.fr/mead1934.pdf> (дата звернення: 24.03.2025).
36. Mead G. H. The Philosophy of the Act. URL: <https://archive.org/details/philosophyofact00meadrich/page/n7/mode/2up> (дата звернення: 24.03.2025).
37. Андрущенко О.П. Права людини на перехресті цивілізацій: концептуалізація, методологія та футурологія: монографія. Харків: Право, 2025. 208 с.
38. Goffman E. *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience* URL: https://www.academia.edu/9520207/Frame_Analysis_pp_1_40 (дата звернення: 24.03.2025).
39. Давидюк В. Національно-конституційна модель ідентичності як запорука консолідації українського суспільства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2023. Вип. 79 (1). С. 138-143.
40. Поліщук О., Поліщук О. Філософія національної ідентичності постмодерної епохи. *Humanities studies*. 2023. Вип. 16. С. 54-61.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~