

Цитування:

Волинець В. О. Ідентичність особистості та специфіка її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2021. № 2. С. 31-36.

Volynets V. (2021). Identity of personality and specificity of its self-presentation in virtual communicative space. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 2, 31-36. [in Ukrainian].

Волинець Вікторія Олексіївна,

кандидат культурології,

старша викладачка кафедри

комп'ютерних наук

Київського національного університету

культури і мистецтв

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3783-508X>

vika-volynets@ukr.net

ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ ТА СПЕЦИФІКА ЇЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ У ВІРТУАЛЬНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ

Мета статті – розкрити особливості конструювання особистісної ідентичності в умовах віртуального середовища. **Методологія** дослідження. Вибір методів дослідження зумовлений метою статті й предметом дослідження, зокрема застосовано загальнонаукові та емпіричні прийоми, що ґрунтуються на системному підході до аналізу праць з проблем інтерпретації віртуальної ідентичності. **Наукова новизна** одержаних результатів дослідження полягає у співвіднесенні сутності понять «реальна ідентичність» і «віртуальна ідентичність», виявленні особливостей і ризиків формування останньої. У статті виокремлено чинники конструювання людиною «віртуальної» ідентичності, яка найчастіше виникає через незадоволеність індивіда своєю реальною ідентичністю. Наголошено, що віртуальна реальність надає широкі можливості для самовираження та розкриття особистісного потенціалу, проте прагнення завжди «бути онлайн», впливає на фізичне здоров'я користувача, тим самим підсилюючи його тривожність, призводить до підвищення стомлюваності та дратівливості, загострення гіподинамії. Визначено проблематику надмірного занурення у віртуальний простір: зловживаючи перебуванням у ньому, несформована особистість може втратити життєві орієнтири, засвоїти запрограмовані рішення та готові розумові штампи. **Висновки.** У соціальних мережах людина може без особливих зусиль створити ідеальний образ самої себе, який у порівнянні з реальним є менш автентичним, бо відображає уявлення особистості про придуманий, ідеальний набір власних якостей, які комплектуються за допомогою готових візуальних, текстових й аудіальних мережевих інструментів. Соціальне «розгальмування» в інтернет-середовищі істотно знижує моральний рівень комунікації в соціальних мережах та месенджерах. Вже сьогодні рівень довіри у молоді до напіванонімних повідомлень в інтернеті більший, ніж до класичних джерел інформації. При цьому безсистемність отримання таким чином знань не дає змоги молоді формувати усталену картину світу, залишаючи її багато в чому фрагментарною.

Ключові слова: віртуальна реальність, ідентичність, віртуальна ідентичність, соціальні мережі.

Volynets Viktoriia, candidate of culturology, senior lecturer at the Department of Computer Science Kyiv National University culture and arts

Identity of personality and specificity of its self-presentation in virtual communicative space

The purpose of the article is to reveal the features of constructing a personal identity in a virtual environment. **Methodology.** The choice of research methods is determined by the purpose of the article and the subject of research, in particular, general scientific and empirical techniques are used, based on a systematic approach to the analysis of works on the problems of interpretation of virtual identity. **The scientific novelty** of the obtained research results lies in the correlation of the essence of the concepts "real identity" and "virtual identity", identifying the features and risks of the formation of the latter. The article highlights the factors of human construction of a "virtual" identity, which often occurs due to dissatisfaction of the individual with his real identity. It is emphasized that virtual reality provides ample opportunities for self-expression and disclosure of personal potential, but the desire to always "be online" affects the physical health of the user, thereby increasing his anxiety, leads to fatigue and irritability, exacerbation of hyperdynamic. The problem of excessive immersion in cyberspace has been identified: by abusing being in it, an unformed personality can lose life landmarks, assimilate programmed solutions and ready-made mental stamps. **Conclusions.** In social networks, a person can easily create an ideal image of himself, which is less authentic than the real one, because it reflects the individual's idea of an invented, ideal set of their own qualities, which are completed with ready visual, textual and audio network tools. Social "slowing down" in the Internet environment significantly reduces the moral level of communication in social networks and messengers. Even today, the level of trust among

young people in semi-anonymous messages on the Internet is higher than in traditional sources of information. At the same time, the unsystematic acquisition of knowledge in this way does not allow young people to form an established picture of the world, leaving it largely fragmented.

Key words: virtual reality, identity, virtual identity, social networks.

Актуальність теми дослідження. Стрімкий розвиток і масове впровадження в повсякденну практику інформаційних технологій спричиняє сьогодні кардинальні зміни стратегій мислення і структури цінностей сучасної людини. Інформаційна доступність та освіченість стають не стільки засобами досягнення цілей, скільки стимуляторами прагнення все більше часу проводити в інтернет-просторі – у віртуальній реальності мережевої публічності. Особистісна, соціальна, мотиваційна і ціннісна зрілість, тобто готовність до дорослого життя, проявляється тепер у молоді значно пізніше, ніж у представників попередніх поколінь. При цьому соціальність багато в чому формується саме соціальними мережами. У представників так званого покоління Z, які проводять колосальну кількість часу в кіберпросторі, нерідко втрачається здатність до реального особистісного розвитку, інтерес до набуття навичок реальної взаємодії та ефективних, нічим не опосередкованих комунікацій. У цій ситуації усвідомлення власної ідентичності стає стрижнем, опорою людини і соціуму загалом у спробі упорядкувати буття, оскільки віртуальність не просто пропонує нові способи колективного існування – сьогодні це вимір соціальної реальності, що захоплює будь-якого інтернет-користувача. Постійне вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій, з одного боку, наближає до реальності (як 5-D технології), з іншого – виводить за її межі (наприклад, технології симулювання досвіду), а також ускладнює теоретичне осмислення механізмів існування людини і функціонування соціуму в межах цієї специфічної реальності. У зв'язку із цим, актуальним стає дослідження феномена нової, «віртуальної» ідентичності особистості, штучно створеної за допомогою інформаційно-комп'ютерних технологій.

Аналіз досліджень і публікацій. У дослідженнях зарубіжних дослідників Л. Жичкіної, Д. Іванова, М. Кастельса, Г. Рейнгольда, Ш. Тьоркла, Ф. Хеміта та ін. зроблено спробу сформулювати цілісну концепцію віртуальної реальності як складного імітаційного символічного простору, в якому реалізуються основні потреби людини – у спілкуванні, в пізнанні та розвагах тощо. Безпосередньо можливостям створення різних ідентичностей, довільного переходу між різними віртуальними

персонажами на прикладі соціальної мережі Facebook присвячена праця К. Задираки [4], конструюванню віртуальної ідентичності в Інтернет-середовищі та кризам особистісної ідентичності у віртуальній реальності – праця Х. Турецької [8], конструюванню особистості та її самопрезентації в сучасному комунікативному просторі – праця В. Штанько [13]. Типологія віртуальних ідентичностей особистості запропонована А. Лучинкіною [5]. Разом із тим, у представлених дослідженнях не розглянуто особливості процесу ідентифікації в контексті соціокультурних трансформацій, не охарактеризовано опосередковану візуальність як модус конструювання ідентичності у віртуальній реальності, не визначено поняття віртуальної ідентичності людини та інші питання.

Отже, мета статті – розкрити особливості конструювання особистісної ідентичності в умовах віртуального середовища.

Виклад основного матеріалу. З поширенням інтернету і смартфонів, що дають кожному користувачеві можливість необмеженого перебування в соціальних мережах, спостерігаються все більш помітні трансформації в поведінці людини [6]. Зокрема, ці зміни істотно вплинули на процеси соціалізації так званого покоління Z – людей, які народилися в кінці 90-х рр. XX ст., і виростили під глобальним впливом мережі інтернет, зокрема, на психіку, фізичне самопочуття і світогляд. Покоління Z – це діти сучасного інтернету, які не знали світу без миттєвого доступу до інформації та швидкого сервісу, їхнє життя – це світ нескінченних мемів та фільтрів. Спілкування з однолітками, в тому числі з протилежною статтю, розвиток рефлексії, самосвідомості й моральності, самовизначення особистості переломлюються крізь призму інтернет-середовища, яке висуває вимоги, відмінні від тих, що існують в реальному соціумі. Як активні юзери, вони не лише користуються перевагами соціальних медіа, а й інвестують у створення контенту багато часу і зусиль. Це покоління можна назвати дітьми персонального брендингу, адже значна частина з них є ютуберами чи інстаграмерами. Оскільки в соціальних мережах, на форумах та ін. інтернет-сервісах користувач може приховати справжні дані про себе і комунікувати анонімно, він отримує унікальний канал для висловлення своїх

емоцій, думок і суджень, не боячись осуду. У реальному ж просторі людина змушена витратити значні психологічні та часові ресурси для самопрезентації і комунікації. Натомість у віртуальному середовищі конструювання «ідеального образу Я» є значно простішим, однак супроводжується великою спокусою (і можливостями) спотворення цього образу. За рахунок меншої кількості ресурсів, що витрачаються на самореалізацію, перед індивідом відкривається бажання надмірного занурення у віртуальний простір, що постає предиктором інтернет-залежності.

Формування ідентичності у віртуальному середовищі, що контрастує з реальною ідентичністю особистості, може пояснюватися відсутністю у людини можливостей втілення в реальному житті всіх граней власного «Я». Нестача способів і засобів здобуття автентичності в реальному сімейному і соціальному оточенні, а також в професійному просторі підштовхує індивіда до пошуків віртуальних компенсацій. Віртуальна ідентичність, на відміну від реальної, може контролюватися особистістю, коригуватися нею або замінюватися; може відповідати реальній ідентичності, а може і суттєво відрізнятися від неї. Безперечно, реальна ідентичність більш автентична, тоді як віртуальна дуже часто пов'язана з психологічними масками. Особистість у віртуальному просторі завжди більш пасивна, а віртуальна ідентичність, на відміну від реальної, має більшу гнучкість, тобто є можливість контролювати і своєчасно коригувати її залежно від мінливих умов комунікації у віртуальному середовищі [2].

Отож, анонімність істотно впливає на формування ідентичності користувача. Остання у віртуальному просторі не породжується сама по собі, а усвідомлено компілюється з деякого набору віртуальних інструментів з метою її презентації іншим користувачам мережі. Вона позиціонується як соціально-схвалена в тому випадку, коли її елементи отримують відгук інших користувачів віртуального простору у вигляді лайків, коментарів та підписників. Віртуальні платформи – соціальні мережі – стають «арбітрами» престижу і статусу, що варіюється у кількості знаків схвалення: чим більше отримує їх користувач, тим вищим стає його престиж. Але ці показники престижу ефемерні та втрачають чинність у реальному просторі.

Деформації ідентичності в інтернет-середовищі, такі, як: фальсифікація відомостей про себе, вигадане ім'я, вік, сімейний стан, зовнішність, хобі, з одного боку, вказують на

незадоволеність людини реальною ідентичністю і є наслідком кризи ідентифікації, при якій втрачається цілісність особистості. Віртуальний простір перетворюється на платформу для реалізації тих якостей індивіда, програвання тих ролей і переживання тих емоцій, які виявляються фрустрованими в реальному житті [12]. Але, з іншого боку, інтернет-простір надає особистості широкі можливості для самовираження, а віртуальна ідентичність – для максимального розкриття особистісного потенціалу. Таким чином, віртуальна ідентичність виконує ряд функцій, зокрема: управління (раціональне вибудовування свого образу для інших користувачів мережі Інтернет); самопізнання (розширення уявлень про власну особистість шляхом об'єктивної та інтеграції її аспектів); міфотворчість (створення міфів про власну особистість; «екзистенціальне лицедійство» – бажання бути кимось, відмінним від власної особистості); соціальна інженерія (використання віртуальної ідентичності як інструменту впливу на свідомість та діяльність інших користувачів).

Аналізуючи особливості віртуального середовища та характеристики віртуальної ідентичності, варто вказати на взаємозв'язок ідентичності у віртуальному просторі із реальною ідентичністю. Наприклад, О. Астаф'єва стверджує, що ідентичність у віртуальному просторі – це лише один із аспектів реальної ідентичності [1]. Н. Дерінг зазначає, що нові види ідентичності людини не замінюють вже існуючі, а розвиваються на їх основі. Різні прояви ідентичності становлять єдину комплексну цілісність – модель особистості. У зв'язку із цим її віртуальний варіант є ні чим іншим, як відображенням реального образу, що знаходиться у віртуальному просторі. Н. Дерінг позначив цей процес як «Identity-Hopping» («швидка зміна ідентичностей»). К. Шарина та Н. Стенякова стверджують, що у молодих людей віком 18-22 років реальна і віртуальна ідентичності все ж доповнюють одна одну, а не є альтернативами: в юнацькому віці віртуальне середовище нарівні з реальним має видимі перспективи для розвитку та самовираження особистості і, звичайно, спілкування тощо. В інтернет-користувачів цього віку немає плутанини стосовно меж між реальністю та віртуальністю, і вони розуміють, що ресурс інтернету не зможе повністю замінити реальний простір [11, 24]. Таким чином, ставлення до інтернету і соціальних мереж сьогодні стало іншим у порівнянні з тим періодом, коли ці явища тільки входили в

повсякденне життя. У віртуальному комунікативному просторі особистості стали більш відкритими і не бояться викладати в мережу Інтернет інформацію про себе і своїх близьких. Вони діляться своїми думками, коментують ті чи інші події та думки, залишають відгуки одне для одного і все це відкрито для інших користувачів мережі Інтернет, які, вже можна сказати, утворюють нове суспільство, в якому немає поняття «чужий» [13].

Так, віртуальний світ стає все більш невід'ємною частиною нашого світу, але, разом із тим, суспільство, починаючи з молодих людей, переходить до тієї стадії, в якій віртуальна особистість все менше відрізняється від реальної. Зростання ідентифікуючих параметрів призводить до зниження анонімності в мережі, а, отже, мережева ідентичність доповнює соціальну, представлену в реальному житті. Щоправда, в мережі набагато складніше подолати типізацію, індивідуалізуватися, бути сприйнятим як унікальність. Створення «профілю» в соціальних мережах – це, як правило, вибір з наданих варіантів готових ідентичностей для загальної зручності та економії зусиль: громадських – з регулювання поведінки, індивідуальних – за самовизначенням. Однак і в кібервіртуальності є місце особливому, оскільки конструювання ідентичностей тут відбувається не стільки за допомогою централізованої організації соціальних відносин, скільки під впливом волі, бажання, що виражається у виборі індивіда. Достатньо докладна інформація про особистість, наприклад, у соціальній мережі Facebook, яка включає освіту, місце роботи, її інтереси, улюблені музику і фільми, політичні вподобання, сімейний статус, стиль жартів та багато іншого, стає буквально частиною її обличчя, чимось завжди зовнішньо доступним. Тому ці елементи і становлять віртуальний образ користувача, з яких конструюється віртуальна ідентичність [4].

До особливостей конструювання ідентичності в мережі можна віднести швидкість перебігу процесів і масштабність феномена самотрансформації в умовах анонімності й псевдонімності, високий потенціал кібервіртуального до подолання забобонів ідентичності. Мережева візуальність – це особливий простір існування соціальних відносин, що виявляються через миттєву експозицію соціально-значущої інформації в умовах псевдонімності, яка передбачає довільне розкриття тих чи інших елементів ідентичності членів соціуму. Це ключовий

модус репрезентації в кібервіртуальності, який можна тлумачити як видимість людського існування, що забезпечується мережевими ресурсами в межах глобальних цифрових трансформацій в суспільстві. На конструювання ідентичності засобами кіберкомунікації впливають дві взаємоспрямованих тенденції: приписування ідентичності, що відбувається через інтерпеляцію, наратив, пред'явлення готових шаблонів екранної культури та, з іншого боку, творче самовираження суб'єкта, що протистоїть соціальній детермінації, але й підкоряється їй. Мережеве буття людини розгортається за формулою аутопойезиса, воно балансує між свободою вибору і зумовленістю, персональним і соціальним. При цьому віртуалізація суспільного життя дає їй змогу розраховувати на спосіб існування в злагоді із соціальним оточенням.

Соціальні мережі стають майданчиком і для самопрезентації, знайомств, обміну інформацією, і для конфліктів і розчарувань. За масками «аватарів» та «ніків» розгортається віртуальна комунікація, але, на відміну від реальності, в інтернеті відносини виникають і зникають в одну мить. З'явилися навіть спеціальні назви для деструктивного онлайн-спілкування, сама поява яких переконливо свідчить про потребу якомога частіше «тестувати реальність» – зв'язати слова з вчинками та критично мислити [10]. Йдеться про:

– гостинг (ghosting) – розірвання усіх зв'язків у мережі, раптове припинення спілкування без жодних пояснень;

– мостинг (mosting) – коли підписник спочатку приділяє велику увагу, змушує до активного й емоційного спілкування, а потім зникає, ігноруючи дзвінки та повідомлення;

– хайпинг (huping) – дуже схожий на гостинг і мостинг, але його відмінність у тому, що підписник стає маніпулятором в інтернет-спілкуванні, використовує співрозмовника для підняття своєї самооцінки, а потім, як і в перших двох випадках, раптово припиняє відносини;

– орбітинг (orbiting) – це тактика тримання підписника «в орбіті» своїх зацікавлень: поставити лайк чи залишити коментар, але при цьому уникати прямого контакту – в повідомленнях, по телефону і, тим більше, при особистій зустрічі;

– бенчинг (benching) – підписник час від часу надсилає повідомлення, тим самим, проявляючи зацікавленість, але ніколи не виходить з віртуального простору в реальний;

– касперинг (caspering) – підписник поступово зводить спілкування нанівець та зникає в просторі, але робить це м'яко, поступово;

– бредкрампинг (breadcrumbing) – досить поширений феномен для онлайн-знайомства, коли відносини сповнені неправдивими очікуваннями.

Таким чином, формування віртуальної ідентичності відбувається або за рахунок перенесення елементів ідентичності з реального світу у віртуальний і створення на його базі ідентичності в інтернеті, або через активну позицію суб'єкта діяльності в інтернет-просторі [3]. Віртуальна ідентичність, безумовно, пов'язана із самопрезентацією та самовизначенням особистості. Сучасні інтернет-технології відкривають нові можливості для яскравого прояву індивідуальності особистості та варіативності самопрезентації. Однак в інтернет-середовищі існують небезпеки нівелювання індивідуальності особистості, формування нереалістичного образу «Я» [7].

По суті, віртуальна ідентичність стала сьогодні складовою соціокультурної ідентичності особистості, яка відноситься до усвідомлення своєї приналежності до певної спільноти, яка не завжди фіксується в реальному соціумі, та здійснює діяльність, в основному споживання і передання знань та інформації, в інформаційно-комунікативних середовищах, перш за все – в комп'ютерному віртуальному просторі інтернету [1]. Віртуальна ідентичність як частина соціокультурної підсилює останню у віртуальній комунікації, водночас її можна розглядати і як різновид просторової ідентичності, оскільки віртуальний простір інформаційно-комунікаційних потоків являє собою середовище й одночасно орієнтир самоідентифікації [9].

Висновки. Отже, у соціальних мережах людина може без особливих зусиль створити ідеальний образ самої себе, який у порівнянні з реальним є менш автентичним, бо відображає уявлення особистості про придуманий, ідеальний набір власних якостей, які комплектуються за допомогою готових візуальних, текстових й аудіальних мережевих інструментів. Однак, втеча у віртуальний простір небезпечна втратою інтересу до реального життя та загрожує повноцінному розвитку особистості, адже надмірне перебування в соціальних мережах та витрачання часу на вибудовування відносин в них зумовлює появу залежності від цих платформ. У таких випадках систематичне

оновлення сторінок у мережі перетворюється на нав'язливий ритуал, який відповідає типу компульсивної поведінки. Прагнення завжди «бути онлайн», страх пропустити нове повідомлення або пост підсилюють тривожність користувача, призводять до підвищеної стомлюваності та дратівливості, послаблення уваги і вольової регуляції та загострення гіподинамії – хвороби ХХІ ст. Несформована особистість, зловживаючи перебуванням в інтернет-просторі, може втратити життєві орієнтири, засвоїти запрограмовані рішення та готові розумові штампи.

Соціальне «розгальмування» в інтернет-середовищі істотно знижує моральний рівень комунікації в соціальних мережах та месенджерах. Вже сьогодні рівень довіри у молоді до напіванонімних повідомлень в інтернеті більший, ніж до класичних джерел інформації. При цьому безсистемність отримання таким чином знань не дає змоги молоді формувати усталену картину світу, залишаючи її багато в чому фрагментарною. Крім того, серед представників Z-покоління не рідкістю стало безцільне проведення часу в соціальних мережах, коли користувач не намагається вибудувати комунікації або опублікувати нову інформацію про себе. Список інтернет-залежностей поповнюється новими їх видами, такими, як «лайкопристрасть», «цифрові безпритульні», «веб-серфінг» тощо. Таким чином, вплив інтернет-простору на процес соціалізації може стати причиною недостатньої сформованості навичок реальної комунікації у представників «Z-покоління», чие дитинство та юність супроводжуються бурхливим впровадженням в повсякденну практику електронних комунікаційних технологій.

У зв'язку із цим, варто глибше дослідити, наскільки віртуальна ідентичність може замінити реальну, чи стане для «покоління-Z» віртуальний світ ще більш значущим, а також ризики тотального занурення в інтернет-середовище в періоди розвитку особистісних якостей.

Література

1. Астафьева О. Н. Виртуальные сообщества: «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах // Вісник Харківського національного університета: Теорія культури та філософія науки. 2007. № 776. С. 120–133.
2. Войскунский А. Е., Евдокименко А. С., Федунина Н. Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10, № 2. С. 98–121.

3. Жичкина А. Е., Белинская Е. П. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков – пользователей Интернета // Образование и информационная культура. Социологические аспекты: труды по социологии образования. Т. V. Вып. VII / под ред. В. С. Собкина. Москва: Центр социологии образования РАО, 2000. С. 431–460.

4. Задирака К.І. Віртуальна ідентичність: приклад соціальної мережі facebook // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культурологія. 2016. Вип. 17. С. 309-313.

5. Лучинкіна А.І. Типологія віртуальних ідентичностей собистості // Вісник післядипломної освіти. 2012. Вип. 8. С. 226-231.

6. Мясникова Л. А., Дроздова А. В., Архипова Ю. В. Визуальная репрезентация повседневности в современном медиаобществе // Теория и практика общественного развития. 2014. № 19. С. 168–172.

7. Сунгурова Н. Л. Виртуальная самопрезентация личности: гендерный аспект // Психология и педагогика XXI века: теория, практика и перспективы: монография / под общ. ред. Н. Б. Карабущенко, Н. Л. Сунгуровой. Москва: РУДН, 2015. С. 316–329.

8. Турецька Х.І. Особистісна ідентичність і віртуальна реальність // Людина в сучасному світі. В трьох книгах. Книга 2. Психолого-антропологічний контекст : колективна монографія / [А. О. Вовк, О. В. Волошок, І. І. Галецька та ін.] ; за заг. ред. д-ра філос. наук, проф. В. П. Мельника. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. С.135-155.

9. Фадеева Л. А. Сетевая идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности: словарь терминов и понятий: в 2 т. Т. 1. Идентичность как категория политической науки / отв. ред. И. С. Семенов. Москва: РОССПЭН, 2012. С. 67–70.

10. Шамша И. В. Развитие технологий психологического насилия в информационном обществе: этико-антропологический взгляд // Правове життя сучасної України : у 3 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15 трав. 2020 р.) / відп. ред. М. Р. Аракелян. Одеса : Гельветика, 2020. Т. 1. С. 15-17.

11. Шарина К. А., Стенякова Н. Е. Феномен виртуальной идентичности // Вестник Пензенского государственного университета № 4 (32), 2020. С.22–26.

12. Шевченко И. Некоторые психологические особенности общения посредством Internet // Флогистон: Психология из первых рук. 2007. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/shevchenko> (дата обращения: апрель 2021).

13. Штанько В.І. Віртуальний комунікативний простір і проблеми самоідентифікації особистості // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія : Теорія культури і філософія науки. 2012. № 1029(1), Вип. 47. С. 5-12.

nacionaljnogho universyteta: Teorija kuljture ta filosofija nauky, 776, 120–133 [in Ukrainian].

2. Voyskunskiy, A. Ye., Yevdokimenko, A. S., Fedunina, N. Yu. (2013). Network and real identity: a comparative study. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki, 10, 2, 98–121 [in Russian].

3. Zhichkina, A. Ye., Belinskaya, Ye. P. (2000). Self-presentation in virtual communication and identity features of adolescents - Internet users. Obrazovanie i informatsionnaya kultura. Sotsiologicheskie aspekty: trudy po sotsiologii obrazovaniya, V, VII. Moskva: Tsentr sotsiologii obrazovaniya RAO, 431–460 [in Russian].

4. Zadyraka, K.I. (2016). Virtual identity: an example of the social network facebook. Naukovi zapysky Nacionaljnogho universytetu «Ostrozjka akademija», 17, 309-313 [in Ukrainian].

5. Luchynkina, A.I. (2012). Typology of virtual identities of identity. Visnyk pisljadyplomnoji osvity, 8, 226-231 [in Ukrainian].

6. Myasnikova, L. A., Drozdova, A. V., Arkhipova, Yu. V. (2014). Visual representation of everyday life in the modern media community. Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya, 19, 168–172 [in Russian].

7. Sungurova, N. L. (2015). Virtual self-presentation of personality: gender aspect. Psikhologiya i pedagogika XXI veka: teoriya, praktika i perspektivy: monografiya. Moskva: RUDN, 316–329 [in Russian].

8. Turcjkja, Kh.I. (2012). Personal identity and virtual reality. Ljudyna v suchasnomu sviti. V trjokh knyghakh. Knygha 2. Psykhologho-antropologhichnyj kontekst : kolektyvna monoghrafija, [A. O. Vovk, O. V. Voloshok, I. I. Ghalecjka ta in.]. Ljviv: LNU imeni Ivana Franka, 135-155 [in Ukrainian].

9. Fadeeva, L. A. (2012). Network identity. Politicheskaya identichnost i politika identichnosti: slovar terminov i ponyatii: v 2 t. T. 1. Identichnost kak kategoriya politicheskoy nauki, отв. ред. И. С. Семенов. Москва: ROSSPEN, 67–70 [in Russian].

10. Shamsha, I. V. (2020). Development of technologies of psychological violence in the information society: ethical and anthropological view. Pravove zhyttja suchasnoji Ukrajinny : u 3 t. : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Odesa, 15 trav. 2020 r.), vidp. ред. М. Р. Arakeljan. Odesa : Ghelvjetyka, 1, 15-17 [in Ukrainian].

11. Sharina, K. A., Stenyakova, N. Ye. (2020). The phenomenon of virtual identity. Vestnik Penzenskogo gosudarstvennogo universiteta, 4 (32), 22–26 [in Russian].

12. Shevchenko, I. (2007). Some psychological features of communication via the Internet. Flogiston: Psikhologiya iz pervykh ruk. Retrieved from: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/shevchenko> (accessed april 2021) [in Russian].

13. Shtanjko, V.I. (2012). Virtual communicative space and problems of self-identification, Visnyk KhNU im. V.N. Karazina, 1029(1), 47, 5-12 [in Ukrainian].

References

1. Astafeva, O. N. (2007). Virtual communities: network identity and personality development in network spaces. Visnyk Kharkivskogho

Стаття надійшла до редакції 22.01.2021
Отримано після доопрацювання 15.02.2021
Прийнято до друку 19.02.2021