

Пищик Софія Владиславівна

Аспірантка кафедри філософії гуманітарних наук

Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)

<https://orcid.org/0009-0006-4892-6154>

e-mail: sofiavladislavovna14@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ В МЕРЕЖЕВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Резюме

У статті здійснено комплексне дослідження феномену трансформації ідентичності особистості в контексті становлення мережевого суспільства, що характеризується зростанням ролі цифрових комунікацій, динамічністю соціальних взаємодій та дедалі глибшою віртуалізацією повсякденного життя. Розкрито концептуальну поліфонічність поняття «ідентичність», що відображає плюралізм підходів до його тлумачення у сучасному гуманітарному дискурсі. Систематизовано провідні теоретико-методологічні підходи до вивчення ідентифікації особистості, зокрема есенціалістський, який трактує ідентичність як стабільну сутність, і конструктивістський, що розглядає її як результат соціального конструювання в межах конкретних історико-культурних умов. Зазначено, що в умовах функціонування глобальних інформаційно-комунікаційних мереж формується новий тип ідентичності — «мережева ідентичність», яка відзначається підвищеною мобільністю, відкритістю, поліморфністю, ситуативністю та гібридністю.

Проаналізовано етапи трансформації віртуальної саморепрезентації індивіда: від ранніх форм анонімного цифрового спілкування в чатах і форумах до сучасних соціальних мереж, де користувачі формують публічну репрезентацію власного «Я», базовану на реальній або реконструйованій ідентичності. Висвітлено механізми, за допомогою яких мережеві комунікації не лише розширюють можливості самовираження, але й трансформують уявлення про моральні норми, інтимність, публічність і соціальну відповідальність. Підкреслено, що в деяких випадках віртуальна ідентичність може суперечити реальній, спричиняючи емоційно-психологічні

розлади, соціальну дезорієнтацію або навіть розрив зв'язку з повсякденною реальністю.

Доведено, що культурна ідентичність виконує роль посередника у процесі взаємодії в межах гетерогенного, багатоголосого, ціннісно-нормативного поля цифрових мереж, сприяючи культурному діалогу, обміну традиціями та стилями життя. Аргументовано, що попри широкі можливості для самопрезентації та пошуку спільнот за інтересами, мережеве буття вимагає розвитку критичної свідомості, яка є визначальною умовою успішної інтеграції особистості до сучасного інформаційного суспільства. Така свідомість забезпечує збереження здатності до автономного мислення, критичної оцінки соціальних трансформацій і формування ефективних життєвих стратегій.

Ключові слова: мережеве суспільство, віртуальна реальність, інформаційно-комунікаційні технології, ідентичність, самоідентифікація, соціальні мережі.

Вступ

Сучасний інформаційно-комунікаційний простір наповнений елементами різних культур і маніпулятивних практик, що здійснюють необмежений вплив на життя кожної людини, на формування її ціннісних орієнтирів, переконань і моделей поведінки. Особливо інтенсивно він розвивається в умовах мережевого суспільства, де за допомогою соціальних віртуальних мереж медіа-простір наче «втягує» особистість, змінюючи її поведінку не лише у віртуальній реальності, а й у соціальній дійсності. Це також змінює уявлення про моральні норми та може призводити до психологічних розладів, руйнування звичного способу життя.

Така зміна норм поведінки і життєвих правил, цінностей та ідеалів зумовлює появу нового типу ідентичності — «мережевої». Цей тип ідентичності формується в нових умовах комунікації і визначає міру ототожнення з іншими учасниками мереж, постає основою для виникнення нових відносин, котрі формують особливий тип особистості, ідентичність якої «конструюється» лише в процесі мережевої комунікації. Відтак, ідентичність в сучасному світі стає мобільною і відкритою.

Метою даної статті є аналіз особливостей змін ідентичності людини в умовах сучасних інформаційно-комунікативних мереж.

Концептуальною основою даного дослідження є праці зарубіжних і вітчизняних вчених, предметом вивчення яких були питання інтенсивних технологічних, економічних, політичних та соціокультурних трансформацій в умовах формування інформаційного та мережевого суспільства. Серед них слід виокремити роботи таких дослідників, як: З. Бауман, Д. Белл, П. Бергер, Ж. Бодріяр, Ю. Габермас, С. Гантингтон, М. Кастельс, М.

Козловець, В. Корабльова, Т. Лукман, Й. Масуда, Е. Тоффлер, Ф. Уебстер та інші.

Методи дослідження

Методологічною основою даної статті склали загальнонаукові та філософські методи. Наприклад, метод компаративного аналізу сприяв визначенню особливостей трансформацій ідентичності людини в індустріальному і постіндустріальному, зокрема мережевому, суспільстві. Структурно-функціональний підхід застосовувався для вивчення компонентів сучасного інформаційно-комунікативного середовища. Аксиологічний підхід дозволив визначити ціннісні основи мережевого суспільства. Важливе методологічне значення для даної статті становить теорія соціального конструктивізму.

Результати дослідження

Як відомо, термін «ідентифікація» в буквальному перекладі з пізньолатинського (*identificare*) означає встановлення подібності, впізнавання або визначення відповідності між об'єктами. У філософії його трактують як «процес, що спрямований на виявлення ідентичності» [1, с. 233]. На думку М. Степика, «ідентичність, по суті, стає значною філософською та науковою проблемою тільки в ХХ сторіччі, тобто тоді, коли виникає сумнів у тому, що називають «єдністю самості» [2, с. 6]. Ідентифікація (або самоідентифікація) передбачає певний процес порівняння суб'єкта з іншим, виявлення спільних чи унікальних характеристик. Ідентичність виступає як кінцевий результат цього процесу, що формується внаслідок ідентифікації. Тому ідентифікація та ідентичність співвідносяться відповідно як процес і результат.

Дослідники виділяють три підходи до розуміння змісту поняття «ідентифікація». По-перше, як ключовий елемент самосвідомості, що допомагає відповісти на запитання «Хто я?». По-друге, як один із механізмів міжособистісного сприйняття нарівні з рефлексією та стереотипізацією. По-третє, як показник згуртованості групи, тобто прояв колективної ідентифікації [3, с. 162].

У структурі соціальної ідентичності зазвичай виокремлюють два головні складники. Когнітивний компонент, що охоплює знання та уявлення про особливості своєї групи, а також усвідомлення належності до неї. Афективний компонент, який включає оцінку власної спільноти та значення членства в ній. Ідентифікація як процес пов'язана з ототожненням людини з певною групою, особою чи об'єктом, що відбувається через засвоєння культурних символів, соціальних норм, цінностей і моделей поведінки.

Водночас ідентичність не обмежується лише відчуттям належності до певної спільноти, наприклад, національної. Вона також включає

уявлення про цю групу — її цінності, мову, культурну спадщину, історичне минуле тощо. Індивід може ідентифікувати себе з різними соціальними групами, що формує його багатовимірну ідентичність, значущість якої змінюється залежно від контексту та життєвих обставин. До таких ідентичностей належать етнічна, соціальна, расова, гендерна та інші. Культурна ідентичність визначає усвідомлення людиною своєї належності до певного культурного середовища, її сприйняття традицій, норм і цінностей цієї спільноти.

Суспільство, як форма соціальної організації, нерозривно пов'язане з культурним середовищем, оскільки культура є результатом довготривалого історичного розвитку соціальної взаємодії, механізмом регламентування поведінки членів соціуму, досягнення спільних цілей та збереження традицій. Вона базується на сукупності соціальних угод і правил, які поступово склалися у процесі колективного співіснування. Кожен історичний період привносив свої зміни у світоглядні орієнтири суспільства, що впливало і на трансформацію групової культурної ідентичності.

Дослідники виділяють дві основні концепції виникнення ідентичностей. Перша ґрунтується на есенціалістському підході, згідно з яким ідентичність є сталою, невід'ємною характеристикою особистості, соціальної групи чи суспільства загалом. Вона визначає їхню самототожність незалежно від змін зовнішнього середовища та історичних умов.

З погляду конструктивістів, ідентичність формується у процесі взаємодії різних, нерідко конкуруючих, дискурсивних практик. Вона не є статичною або цілісною, а навпаки — багатовимірною, динамічною і змінюється залежно від контексту. У межах цього підходу ідентичність розглядається як неостаточний і відносний соціальний конструкт. Це завжди неповне саморозуміння, що супроводжується прагненням до визнання з боку інших [4, с. 201]. Таким чином, ідентичність — не просто особистісна характеристика, а продукт безперервного процесу ідентифікацій, що розгортається в ході соціальної взаємодії та адаптації, і який ніколи не буває остаточно завершеним.

Однією з ключових особливостей конструктивістського підходу є трактування ідентичності як гібридного явища, що відображає її складність та багаторівневість у сучасному світі. Люди, які є частиною нації або іншої соціальної групи, можуть ототожнювати себе з нею через різноманітні характеристики, такі як регіональна приналежність, етнічність, мова, релігія, політичні переконання, сексуальна орієнтація тощо. Це підкреслює неоднорідність сучасних ідентичностей і складність механізмів їх формування.

Ми дотримуємося думки, що ідентичність — це результат самовизначення людини чи групи у соціальному сенсі, створення «образу — Я» та «образу — Ми», тобто віднесення ними себе до тих чи інших спільнот

за віковими, професійними, статевими, територіальними, етнічними, конфесійними чи іншими ознаками. На думку американського філософа М. Кастельса, конструювання ідентичності залежить від соціальних чинників, насамперед від владних відносин, розрізняє три форми виникнення та побудови ідентичності: легітимізуючу ідентичність (*legitimizing identity*), пов'язану з раціоналізацією соціальних чинників належності до домінуючих соціальних інститутів; ідентичність спротиву (*resistance identity*), котра виникає в тих соціальних умовах, які формують механізми спротиву і виживання на основі принципів, що відрізняються від поширених у певному суспільстві чи таких, які протистоять їм; нарешті, проектуючу ідентичність (*project identity*) або ідентичність, спрямовану в майбутнє, коли соціальні чинники конструюють нову ідентичність, котра заново визначає їхнє становище в суспільстві, і намагаються змінити всю структуру соціальних відносин [5, с. 396].

Вивчаючи соціальні структури нового типу та зміни традиційної ідентичності, вчений звертає увагу на конфлікт між суспільством і особистістю. За його спостереженнями, однією з причин цієї суперечності є занепад традиційних інститутів індустріального суспільства, таких як компанії, корпорації тощо, включаючи і патріархальну сім'ю. Окрім того, зміни в соціальній структурі ведуть до зростання нестабільності середнього класу, в мережевому суспільстві реалізація професійних та життєвих цілей для індивідів, які не залучені до глобальних інформаційних потоків, значно ускладнюється. Відтак, альтернативні форми ідентичності формуються не на основі традиційної, «легітимізуючої» ідентичності індустріального суспільства, а на основі «ідентичності спротиву», форми якої у сучасному світі різноманітні — від організованої транснаціональної злочинності до різних форм фундаменталізму і тероризму. Перспективною «проектуючою ідентичністю» дослідник вважає проект європейського співтовариства з його принципами свободи слова та забезпеченням прав людини.

Згідно з британським філософом Н. Еліасом, особистість балансує між двома аспектами — Ми та Я. Ми-приналежність відноситься до колективної ідентичності індивідів, тоді як Я відображає унікальні характеристики особистості. Така комбінація може варіюватися, оскільки схема «Ми — Я» може містити в собі лише мінімальну Ми-приналежність при акценті на Я. Якщо ж акцент на Я-ідентичність є постійним, цей процес можна визначити як індивідуалізацію, при якій баланс змінюється на Я — Ми. У такому випадку компонент Ми може домінувати, забезпечуючи стабільну колективну ідентичність.

У такий спосіб культурна ідентичність виконує медіативну роль, сприяючи обміну цінностями в плюралістичному комунікаційному середовищі. Вона виступає як посередник у соціумі, де учасники інтегрують

кілька ідентичностей і відповідні цінності, зумовлені соціальними контекстами. Ідентичність можна відстежити через повідомлення, які циркулюють в комунікаційних каналах, що підтверджує її відкритість і здатність до змін [6, с. 52].

Отже, культурна ідентичність є важливим медіатором у гетерогенному ціннісно-нормативному середовищі інформаційно-комунікативних мереж. Вона має унікальність щодо свого носія, але при взаємодії з іншими групами чи культурами — гібридується, оскільки взаємодія між членами спільноти з різними стилями життя призводить до змін у власному житті. Разом з тим, культурна ідентичність є потужним інструментом відтворення соціальних життєвих стилів та вираження ціннісних орієнтацій, демонструючи відповідну життєву позицію індивіда. У результаті культурної гібридизації, ідентичність активує свій медіативний потенціал, що виявляється в обміні інформацією, традиціями та життєвими стилями між соціальними суб'єктами.

Разом з тим, все частіше як у вітчизняних, так і зарубіжних публікаціях простежуються занепокоєння і стурбованість, пов'язані з проблемою самовизначення людини в новому інформаційно-комунікаційному середовищі. Часто процес адаптації людини до існуючої ситуації називають «кризою національної ідентичності», «втратою національної самостійності», «кризою національних культур». Безперечно, щоб вижити, людина повинна пристосуватися до складних умов нового глобального комунікативного простору, в межах якого вона пристосовує своє «Я» до різних гетерогенних середовищ. Цей фактор являється домінуючим у виникненні інтересу у багатьох індивідів, які вперше зіштовхнулися із мережевим спілкуванням. Їх притягує зручність техніки «мережевого спілкування» (його письмової форми), яка має ряд переваг, котрі неможливо відтворити в усній мові. Ці переваги створюють зручність для людини, вирішуючи проблему комунікабельності, але це буде відігравати, швидше, лише другорядну роль у мотивації мережевого спілкування у користувачів. Тут же на перший план виступають такі фактори, як можливість проєкції і розвиток «мережевої ідентичності». Процес самовизначення особистості в інформаційно-комп'ютерному середовищі можливий не лише через віртуальну реконструкцію власної ідентичності або створення віртуальної особистості, а й через осмислення людиною мотиваційних орієнтирів своєї діяльності.

У контексті глобалізаційних процесів сучасності відбувається дестабілізація як самих індивідів, так і умов їхнього існування. За таких обставин виникає вже згадуваний нами феномен «кризи ідентичності». Сучасну людину можна розглядати як сукупність іноді не пов'язаних між собою фрагментів ідентичності, що відображають локальні історичні та культурні

обставини. Ідентичність для сучасного індивіда є певним «вбранням», яке можна змінювати в залежності від обставин [7, с. 105].

Інакше кажучи, ідентичність сучасної людини, позбавлена незмінної основи, є мінливою та розмитою, що особливо проявляється у просторі віртуальності. З розвитком технологій віртуальної реальності та їх інтеграцією у повсякденне життя, у людини виникає нагальна потреба бути представленою у цьому новому просторі. Для багатьох людей Інтернет став основним інструментом для різноманітних соціальних взаємодій.

Наприклад, на початку розвитку Інтернету особливою популярністю користувалися чат-програми, де більшість учасників спілкування не використовували свої справжні імена. У такій ситуації характеристики «Я» формувалися в процесі постійної взаємодії з іншими користувачами, а не були заздалегідь визначеними ролями. Оскільки в чатах можна вибрати будь-яку ідентичність (стать, вік, професія тощо), вводючи відповідні параметри в комп'ютерну мережу, все залежить від бажань і фантазій самих учасників. Уже в середині 90-х років ХХ століття з'явилися дослідження, які вивчали трансформацію людської особистості у віртуальному світі. Зокрема, стверджувалось, що «Інтернет є гетерогенним середовищем, яке сприяє розумінню ідентичності як множинності. В Інтернеті люди можуть створювати себе, переміщаючись між кількома «Я»» [8, с. 178].

Таким чином, можна констатувати, що на початкових етапах свого існування Інтернет був технічним втіленням постмодерного світу симуляцій. Ступінь довіри до ідентичності, яку представляв користувач того чи іншого комунікаційного ресурсу, був низьким. Віртуальний простір відкривав нову систему взаємин, виявляючи риси нової ієрархії. О. Бард та Я. Зодерквіст назвали цю реальність — «Нетократія». Розвиваючи ідею інформаційної революції, автори описали реальність, в якій капітал стає інформацією, а її власники перетворюються на «інформаційних олігархів» або «нетократів». Основною рисою такого суспільства є відсутність нестабільної ідентичності, яку представляє користувач мережі. Іншими словами, інформація є цінною тільки тоді, коли вона є унікальною та достовірною, тому і «віртуальні Я», які є агентами інформаційного обміну, повинні бути стабільними та викликати довіру (автори вводять поняття «сетикет» — за аналогією з етикетом, дотримання якого є необхідною умовою для взаємодії користувача з мережею) [9, с. 123].

Як приклад, можна навести популярні соціальні мережі, такі як «Facebook», «Telegram», «TikTok» тощо. На відміну від чатів, де користувач приховує своє справжнє ім'я під «ніком» (тобто залишається анонімним), основною особливістю соціальних мереж є те, що люди представляють свою реальну ідентичність. Причина таких змін полягає в наступному: анонімність в чатах виконувала компенсаторну функцію (я можу спробувати

бути тим, ким хочуть, і це не матиме наслідків у реальному житті), користувач, який ховається під ніком, не має інших цілей. Соціальні мережі побудовані за іншим принципом. Тут важливим є побудова власної соціальної мережі, до якої будуть включені інші користувачі. Саме тому представлення себе вигаданим іменем знижує шанси на досягнення цієї мети (важливо зазначити, що для того, щоб стати повноправним користувачем соціальної мережі, необхідно ввести певну кількість особистої інформації, за якою інші користувачі зможуть знайти автора). Однак варто зауважити, що акаунт у соціальній мережі — це лише зовнішня оболонка ідентичності, а її зміст знаходиться в реальному світі. Тобто, люди створюють нові зв'язки в Інтернеті, спираючись на інформацію зі свого повсякденного реального життя.

У прямому сенсі користувач стає режисером свого власного життя. За допомогою цього ресурсу людина пише свою власну історію, яка будується або на рефлексії власних переживань, або на описі подій, що відбуваються навколо.

У світі онлайн реальне і віртуальне переплітаються. Для користувача справжньою реальністю стають не зовнішні обставини, а внутрішні цінності та можливості, які він відкриває, не зважаючи на формальні вимоги реального світу, як-от «громадянство» чи «сімейний стан». Для багатьох користувачів інтернет — це простір, де вони відчують справжню свободу. Проте важливо зазначити, що віртуальна ідентичність не вимагає від людини відмови від її реальної соціальної ідентичності; для того щоб стати частиною мережі, достатньо дотримуватися певних правил саморепрезентації. Це і є головна особливість ідентичності нового типу.

Висновки

Зміни в інформаційних технологіях спричинили трансформацію поняття ідентичності. Важливо зазначити кілька аспектів, що демонструють реакцію на технологічну революцію. По-перше, це зростання потреби в перебудові ідентичності. По-друге, прискорення процесу змін ідентичності. По-третє, виникнення нових типів ідентичності.

Характер інформаційних засобів відіграє ключову роль у формуванні уявлень про ідентичність. Одним з можливих наслідків є недооцінка «агресивного» впливу нового інформаційного середовища на людину. У цьому контексті важливим фактором є стихійний розвиток інформаційного суспільства та формування інформаційної культури. Стихійність зазвичай асоціюється з небажаними наслідками розвитку. В умовах техногенної цивілізації це може призвести до загрози глобальної соціальної катастрофи.

Індустріалізація та науково-технічний прогрес сприяють безперервному посиленню свободи людини. Однак ця свобода, якщо не буде

коригована в рамках інформаційної культури, може стати руйнівною силою, яку неможливо порівняти з природними явищами, оскільки вона буде генеруватися самою людиною через впровадження і вплив штучного інтелекту та сучасних мас-медіа. Стихійність інформаційних потоків стирає межі між моральним і аморальним, важливим і неважливим, культурним і некультурним.

Тому постає питання оцінки нової, сконструйованої форми ідентичності: чи не призведе вона до духовної деградації, чи не сприятиме вона поширенню бездуховності у всі сфери суспільного життя. У цьому і полягає справжня загроза для сучасної цивілізації та людства в цілому.

Щодо позитивних аспектів змін в ідентичності людини, то можна зазначити, що повертаючись із «додаткових соціальних просторів» у повсякденне життя, людина часто починає по-новому сприймати навколишню реальність. Вона змінюється, стає більш креативною. «Навігація» віртуальними світами звільняє її від обмежень у розумінні свого місця в суспільстві. Вона відчуває себе більш вільною. Досвід, отриманий через нову інтерпретацію свого «Я», стає одним із шляхів вибору життєвої стратегії.

Список посилань

1. Лісовий В. Ідентичність // Філософський енциклопедичний словник / за ред. В. І. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. С. 233 — 234.
2. Степіко М. Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування. Київ: Національний інститут стратегічних досліджень, 2011. 336 с.
3. Гнатенко П. Ідентичність: філософський і психологічний аналіз. Київ: АртПрес, 1999. 256 с.
4. Berger P. L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise on the Sociology of Knowledge. New York: Penguin Books, 1966. 250 p.
5. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture, Volume II (The Information Age) (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. 539 p.
6. Jackson R. L. The Negotiation of Cultural Identity: Perceptions of European Americans and African Americans. Westport: Greenwood Publishing Group, 1999. 159 p.
7. Bauman Z. The Individualized Society. Cambridge: John Wiley and Sons Ltd, 2000. 272 p.
8. Turkle S. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Simon & Schuster, 1995. 347 p.

9. Bard A., Söderqvist J. *The Netocrats: The New Power Elite and Life After Capitalism*. London: Pearson Education, 2003. 272 p.

References

1. Lisovyi, V. (2002). Identity. In V. I. Shynkaruk (Ed.), *Philosophical Encyclopedic Dictionary*. Kyiv: Abris, 233-234.
2. Stepiko, M. T. (2011). *Ukrainian Identity: Phenomenon and Foundations of Formation*. Kyiv: National Institute for Strategic Studies, 336 p.
3. Hnatenko, P. (1999). *Identity: A Philosophical and Psychological Analysis*. Kyiv: ArtPress Publishing House, 256 p.
4. Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise on the Sociology of Knowledge*. New York: Penguin Books, 250 p.
5. Castells, M. (2009). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture, Volume II (The Information Age) (2nd ed.)*. Oxford: Wiley-Blackwell, 539 p.
6. Jackson, R. L. (1999). *The Negotiation of Cultural Identity: Perceptions of European Americans and African Americans*. Westport: Greenwood Publishing Group, 159 p.
7. Bauman, Z. (2000). *The Individualized Society*. Cambridge: John Wiley and Sons Ltd, 272 p.
8. Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster, 347 p.
9. Bard, A., & Söderqvist, J. (2003). *The Netocrats: The New Power Elite and Life After Capitalism*. London: Pearson Education, 272 p.

Sofia Pyshchyk

PhD-student of Department of Philosophy of Humanities

Taras Shevchenko National University of Kyiv

<https://orcid.org/0009-0006-4892-6154>

e-mail: sofiavladislavovna14@gmail.com

**FEATURES OF PERSONAL IDENTITY TRANSFORMATION IN
THE NETWORK SOCIETY**

Abstract

This article presents a comprehensive analysis of the phenomenon of personal identity transformation in the context of the emergence and development of the network society a social environment increasingly shaped by digital communication, dynamic interactions, and the deep virtualization of everyday life. The conceptual polyphony of the term “identity” is revealed, reflecting the plurality of its interpretations in contemporary humanistic discourse. The article systematizes the main theoretical and methodological approaches to the study of personal identification, focusing in particular on the essentialist approach, which views identity as a stable and inherent entity, and the constructivist approach, which interprets it as a socially constructed phenomenon shaped by specific historical and cultural contexts. It is argued that the functioning of global information and communication networks has led to the emergence of a new type of identity-network identity-characterized by increased mobility, openness, polymorphism, situational variability, and hybridity.

The study traces the stages of transformation of virtual self-representation, from early forms of anonymous digital communication in chats and forums to modern social media platforms, where users publicly construct representations of the self, based on either authentic or reconstructed identities. The article highlights the mechanisms by which network communications not only expand opportunities for self-expression but also reshape understandings of moral norms, intimacy, publicity, and social responsibility. It is emphasized that in some cases, virtual identity may contradict real identity, resulting in emotional and psychological disorders, social disorientation, or even a rupture with everyday reality.

Furthermore, the study demonstrates that cultural identity plays a mediating role in the heterogeneous, polyphonic, value-normative space of digital networks, facilitating cultural dialogue, the exchange of traditions, and the negotiation of diverse lifestyles. It is argued that, despite the vast opportunities for self-presentation and community-building, existence in the network society requires the development of critical consciousness. Such consciousness is essential for successful integration into the contemporary information society, as it preserves the capacity for autonomous thinking, enables critical evaluation of social transformations, and supports the formation of effective life strategies

Keywords: network society, virtual reality, information and communication technologies, identity, self-identification, social media

Стаття надійшла до редакції 12.04.25

© *Пицик С. В., 2025*