

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТІСНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ

«Цифровий спосіб життя» не просто став соціальною силою і розширив можливості людей, але й трансформував наші психологічні кордони. Віртуальна реальність, мережна свідомість, мережна комунікація, задають нове поле вивчення феномену ідентичності особистості умовах мережевого товариства. Варіативність пізнання та функціонування цифрового простору призводить до формування різних практик самоідентифікації як на колективному, так і на індивідуальному рівні.

У психології і соціології розглядаються різні аспекти ідентичності в контексті усвідомлення особистістю приналежності до певної соціальної групи; проживання різних его-станів; асиміляції особистісного та соціального досвіду; підтримки особистістю своєї цілісності та суб'єктності в постійно змінюваному світі [2; 9; 10].

Істотний внесок у становлення дискурсу, концепту ідентичності, у психології вніс З. Фрейд, зв'язавши ідентичність із механізмами психологічної захисту, що протистоять процесу ідентифікації. Ідентифікація розглядалася З. Фрейдом як чинник динамічного саморозвитку, що спирається на культурні стереотипи і внутрішні принципи. Ідентичність ж розглядалася як постійний конфлікт Супер-Его та Ід через вкрай суб'єктивне почуття самототожності та самоцінності [8, с. 94].

Пізніше концепт ідентичності був пояснений Е. Еріксоном, котрий визначає ідентичність як «почуття безперервної самототожності, яке виходить з прийняття особистістю цілісного образу свого «Я» у єдності з її різноманітними соціальними зв'язками» [10, с. 59]. Образ власного «Я», за Еріксоном, легітимізується та підтверджується Іншими через різні формати репрезентації. Еріксон вказує на динамічний і постійний процес ідентичності, що ніколи не завершується, що верифікується через співвіднесення себе з іншими (людьми, ідеями, цінностями, нормами, переконаннями тощо). Даний підхід знаходить відображення в інших теоріях (Дж. Міда, У. Джеймса, Ч. Кулі).

На думку З. Баумана у «балансуючій ідентичності», має місце «рівновага особистісних та соціальних процесів у кожний момент часу» [1]. Ідентичність постійно трансформується лише в залежності від інших і від включення в соціальні групи й уявні спільноти. Наша «Я»-ідентичність формується по відношенню до Іншого, включаючи безліч соціальних, культурних, політичних та релігійних контекстів. Вимушене сприйняття якостей, що визначають форму ідентичності, неминує виходить за межі власного регуляторного простору у простір мультикультурний. При цьому З.Бауман наголошує, що декларування

ідентичності змінюються разом із контекстом культури та декларованих цінностей, у яких закладено вимогу до мінливості, плинності, «розрізненості» та невловимості [1].

Важливо, що універсальний за своїми характеристиками мережевий механізм комунікації починає «працювати» на формування конкретних ідентичностей, виходячи з цільових установок їх носіїв (залежно від того, на досягнення якого результату вони орієнтовані, здійснюючи мережеву комунікацію) та їх можливості використовувати інші мережеві механізми.

Механізм мережної комунікації, заснований на технологічних можливостях Інтернету, є універсальним за результативністю формуванням різних груп ідентичностей у публічному просторі, які включають: конструювання за допомогою персональних акаунтів в онлайн-просторі віртуальних «Я-ідентичностей»; позиціонування в онлайн-просторі традиційних ідентичностей (гендерної, сімейної, професійної, етнічної); конструювання мережевих «Ми-ідентичностей» як нової форми колективних уявлень та соціальної поведінки; проектування та позиціонування нових ідентичностей в онлайн-просторі, носії яких орієнтовані на активні соціальні взаємодії у громадській сфері [2; 4]. При цьому ці ідентичності не можуть бути стійкими та стабільними: під тиском інформації мережевих комунікацій, особистість, а разом із нею та її віртуальний образ, змушені пристосовуватися/змінюватися до нових умов: місця навчання, напряму кар'єри, гендерних ролей тощо.

Слід зазначити, що у вік цифрових технологій людина позбавляється дуже важливої для формування ідентичності можливості – жити своїм реальним життям. Важливо, що гнучка структура мережевих взаємодій породжує такого ж гнучкого децентралізованого суб'єкта, який має «разові» набуті ідентичності.

У розширеній Інтернетом публічній сфері з безліччю просторових координат громадяни «самостійно вибирають, з яким простором себе асоціювати та експериментують зі своїми ідентичностями» [3]. В особистості з'являється можливість не лише заявити, а й завдяки мережевій комунікації отримати «закріплення» статусу своїх ідентичностей. Позиціонуючи свій професійний статус, свої політичні уподобання або громадянську позицію, індивід входить у процес виробництва та споживання контенту, бере участь у формуванні дискурсу щодо актуальних професійних чи суспільно-політичних проблем [5; 9]. В результаті формуються принципово нові спільноти, мережі міжособистісних зв'язків та взаємодій, що забезпечують інформацію та підтримку.

Цифрова ідентичність складається сьогодні у глобальному мультикультурному інформаційному просторі. Таким чином, зміщуються акценти ідентифікаційних процесів у бік різноманітності, мозаїчності, множинності та утвердження символічних цінностей. Але слід пам'ятати, що тотожність і відмінність як основа ідентичності виступають статикою та динамікою, фундаментом базової ідентичності [2].

Людині завжди властиво визначати та шукати власну приналежність: етнічну, культурну, релігійну, соціальну, що дозволяє відповідати

на запитання «хто я?», спираючись на традиційні підстави та відтворюючи вміння та знання у ритуальності культури. У культурній ситуації, що постійно змінюється, ідентифікаційні принципи і межі стають все більш плінними та лабільними. Вони вимагають постійного підтвердження та підтримки. Таким чином, у пошуку стабілізуючої підстави власного «Я», «людина перебуває у постійному виборі репрезентативного образу для фіксації власного автопроекту» [5, с. 478].

У зв'язку з цим істотний акцент на віртуальній проектності сучасної людини є процес її ідентифікації, що виражається в комунікативно-інформаційній діяльності, де один проект змінює інший, у просторі цифрового середовища, а віртуальна особистість (нікнейм, логін, ID тощо) виступає ідентифікатором входу до системи. На думку Є. Горного, «створення віртуальної особи є переважно реалізацією стратегії самовинаходження, творення особистості наново» [4].

Оперування великими потоками інформації, багатозадачність, постійна включеність та мобільність надають колосальний вплив на поведінкові стратегії, посилюючи процес конструювання ідентичності та підтримки персонального автопроекту у великому комунікативному полі [2; 4; 9].

«Ідентифікація як процес має високий ступінь динамічності, дозволяючи вільно вибирати той чи інший варіант самопрезентації, зберігаючи стійкість цілісності завдяки постійному присвоєнню нових форм» [7, с. 186]. Процес ідентифікації все більшою мірою стає процесом не набуття, а конструювання та «мережева ідентичність не породжується сама собою в процесі дорослішання та старіння, а конструюється для того, щоб бути експліцитно презентованою іншим людям» [2, с. 102].

Цифровізація виступає як виклик соціальності, змінюючи процеси комунікації, стратифікації та взаємодії, стаючи, з одного боку, інтегруючою та об'єднуючою основою, з іншого боку, – стимулом, що породжує нерівність та сегрегацію. Цифровізація всіх сторін людського життя створила передумови для максимального зрощування інтимної та публічної сфер, зміщуючи акценти з ідентичності на постійний, тривалий процес ідентифікації, яка в умовах цифрових технологій знаходить своє відображення у вигляді «цифрової особистості», яка перебуває у глобальному просторі мультикультурного середовища [5].

Сьогодні у віртуальному просторі людина реалізує потребу у визнанні та приналежності, створює спільноти, вступає до раніше недоступних груп і прагне групової ідентифікації, опосередкованої новими способами комунікації та інтеграції. Деякі дослідники вказують на змішання фізичної та віртуальної реальностей, просторів публічного та приватного, а також на нероздільність онлайн- та офлайн-присутності у повсякденному житті сучасної людини.

Ігри з ідентичністю та анонімність, будучи спочатку основою для віртуальних ідентифікаційних мережеских практик, втрачають свою значущість та актуальність. Віртуальні платформи та нові медіа стають місцем комунікацій, набуття професійного статусу, віддаленої роботи та

простором соціального визнання та схвалення, де реалізуються сучасні стратегії особистісного громадського самоствердження. Таким чином, цифровізація всіх сторін життя людини сьогодні або підтверджує реальну, або виявляє латентну ідентичність, роблячи її публічною за рахунок включеності в цифровий світ, поєднуючи реальну та віртуальну особи в єдиний цифровий профіль. Через публічне самопідтвердження, маркування, самокатегоризацію на різних сервісах та платформах відбувається злиття віртуального, цифрового та реального «Я», що залишає все менше місця для анонімності [4; 5; 7].

Дані процеси впливають на тотальну деанонімність і виступають стимулами ідентифікаційних суперечностей і конфліктів у зв'язку з примусовою публічністю всіх сторін життя людини цифрового світу. Водночас, у сучасному світі ідентичність формується та затверджується через процес комунікацій, опосередкований цифровими технологіями, які девальвують справжню близькість. При цьому «сила слабких зв'язків» стає контекстом та основою формування різних груп та спільнот. Таким чином, сучасний онлайн-простір став тією соціальною лабораторією, в якій відбуваються експерименти з конструювання та реконструювання постсучасного життя в умовах нової цифрової реальності.

Список використаних джерел:

1. Бауман З. Индивидуализированное общество. М. : Логос, 2002.
2. Войскунский А., Евдокименко А., Федунина Н. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2013. Т. 10. № 2. С. 98–121.
3. Гараи Л. Дополнительность теории информации и теории идентичности в науках о человеке // *Вопросы философии*. 2019. № 5. С. 118–123.
4. Горный Е. Виртуальная личность как жанр творчества. URL: <http://www.netslova.ru/gorny/vl.html>
5. Лисенкова А. А. Персональная проектная идентификация в цифровом пространстве // *Культура и цивилизация*. 2017. Т. 7. № 5А. С. 474–480.
6. Москаль Ю. Ідентифікація та ідентичність у суспільному форматі теоретичного аналізу // *Психологія і суспільство*. 2006. № 1. С. 96–112.
7. Тульчинский Г. Л. Total Branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре. СПб., 2013.
8. Фрейд З. Я и ОНО. М. : Эксмо-Пресс; Фолио, 2017.
9. Чорна Л. Г. Рольова ідентичність: її локалізація серед інших видів ідентичності особистості // *Наукові студії із соціальної та політичної психології* : зб. статей. К. : Міленіум, 2011. Вип. 27(30). С.120–129.
10. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Э. Эриксон ; [пер. с англ. А. В. Толстых]. М. : Флинта; МПСИ; Прогресс, 2006. 341 с.

Ключові слова: ідентичність, ідентифікація, соціалізація, соціальні мережі, цифрове суспільство.

Key words: identity, identification, socialization, social networks, digital society.