

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

Кафедра культурології

На правах рукопису

ЗАСАДКО АНДРІЙ ВІТАЛІЙОВИЧ

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ФОРМУВАННЯ
ОСОБИСТІСНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ
КУЛЬТУРИ**

Спеціальність: 034 «Культурологія»

Освітньо-професійна програма Культурологія

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Науковий керівник:

СТОЛЯРЧУК НАТАЛІЯ МИКОЛАЇВНА,

кандидат філософських наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № 6

засідання кафедри культурології

від 27 листопада 2025 р.

Завідувач кафедри

() Москвич О. Д.
(підпис) ПІБ

ЛУЦЬК -2025

АНОТАЦІЯ

Засадко Андрій Віталійович

Соціальні мережі як середовище формування особистісної ідентичності молоді в контексті сучасної культури

У випускній кваліфікаційній роботі розглядається феномен соціальних мереж як ключове середовище формування особистісної ідентичності молоді в умовах сучасної цифрової культури. Актуальність теми зумовлена зростанням впливу онлайн-платформ на процеси соціалізації, самопрезентації та конструювання «Я», що визначає нові моделі поведінки та спілкування підростаючого покоління. Об'єктом дослідження є процеси формування ідентичності, а предметом – їх прояв у цифрових комунікаціях та мережевих практиках.

Мета роботи – виявити особливості функціонування соціальних мереж як простору формування особистісної ідентичності молоді та проаналізувати чинники, що сприяють або перешкоджають формуванню цілісного «Я» в епоху цифрових технологій. Методологічною основою є міждисциплінарні підходи філософії, психології, соціології та культурології, які дозволяють комплексно зрозуміти вплив ЗМІ на особистість. Використовувалися методи контент-аналізу, порівняльного аналізу, інтерпретації наукових джерел, а також елементи соціальної та комунікаційної теорій.

У результаті дослідження встановлено, що соціальні мережі виступають як багатофункціональне середовище для формування ідентичності, поєднуючи процеси самовираження, соціального порівняння, групової приналежності, емоційної взаємодії та побудови Я-образу. Показано, що мережевий простір відкриває нові можливості для творчості та самопрезентації, але водночас створює ризики фрагментації ідентичності, залежності від зовнішньої оцінки та впливу алгоритмічних структур. Особливу увагу приділено українському контексту, в

якому соціальні мережі стають простором солідарності, громадянської активності та культурної самоідентифікації молоді.

Результати роботи можуть бути використані в наукових дослідженнях цифрової культури, у практиці медіаосвіти, психологічному консультуванні, а також у розробці програм формування здорової та сталої цифрової ідентичності молоді.

Ключові слова: *соціальні мережі, особистісна ідентичність, молодь, цифрова культура, самопрезентація, мережеві комунікації.*

ABSTRACT

Zasadko Andrii Vitaliiiovych

Social Networks as an Environment for the Formation of the Personal Identity of Young People in the Context of Modern Culture

In the final qualification thesis, the phenomenon of social networks is examined as a key environment for shaping the personal identity of young people within the context of contemporary digital culture. The relevance of the topic is determined by the growing influence of online platforms on processes of socialization, self-presentation, and the construction of the “Self,” which defines new models of behavior and communication among the younger generation. The object of the study is the processes of identity formation, and the subject is their manifestation in digital communications and network practices.

The aim of the thesis is to identify the specific features of how social networks function as a space for the formation of young people's personal identity and to analyze the factors that either facilitate or hinder the development of a coherent “Self” in the era of digital technologies. The methodological basis relies on interdisciplinary approaches from philosophy, psychology, sociology, and cultural studies, which make it possible to comprehensively understand the influence of the media on the individual. The research employs methods of content analysis, comparative analysis, interpretation of scholarly sources, as well as elements of social and communication theories.

The study establishes that social networks serve as a multifunctional environment for identity formation, combining processes of self-expression, social comparison, group belonging, emotional interaction, and the construction of self-image. It is shown that the networked space opens new opportunities for creativity and self-presentation, while also creating risks of identity fragmentation, dependence on external evaluation, and the influence of algorithmic structures. Special attention is given to the Ukrainian context, in

which social networks become a space of solidarity, civic engagement, and cultural self-identification of young people.

The results of the thesis can be used in academic research on digital culture, in media education practice, in psychological counseling, as well as in the development of programs aimed at fostering healthy and sustainable digital identity among youth.

Keywords: *social networks, personal identity, youth, digital culture, self-presentation, network communications.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ.....	7
1.1 Феномен ідентичності в культурологічному дискурсі.....	7
1.2. Соціальні мережі як феномен сучасної екранної культури.....	9
1.3. Методологія дослідження віртуальної особистості.....	19
РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМИ КОНСТРУЮВАННЯ «ВІРТУАЛЬНОГО Я» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	23
2.1. Практики самопрезентації та створення цифрового іміджу.....	26
2.2. Візуальний поворот: роль Instagram та TikTok у формуванні тілесності та естетичних смаків.....	31
2.3. Комунікативні патерни та соціальне схвалення.....	34
РОЗДІЛ 3. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ.....	41
3.1. Інфлюенсери та блогери як нові герої часу" і рольові моделі.....	43
3.2. Ризики цифрової соціалізації: від кібербулінгу до втрати приватності.....	45
3.3. Мережеві субкультури та формування групової ідентичності.....	47
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі питання формування особистісної ідентичності набуває особливої значущості, оскільки саме ідентичність визначає способи самосприйняття людини, її взаємодію з соціумом, здатність адаптуватися до змін та зберігати внутрішню цілісність. У добу цифрової комунікації та стрімкого розвитку інформаційних технологій процеси самовизначення ускладнюються появою нових соціокультурних просторів, серед яких домінуюче місце посідають соціальні мережі. Вони стають не лише технічним інструментом комунікації, а й середовищем, у якому формуються нові моделі соціальної поведінки, естетики, цінностей і символічних структур. Молодь, як найбільш активний учасник цифрової взаємодії, опиняється в епіцентрі цих трансформацій, що робить дослідження механізмів впливу соціальних мереж на її ідентичність надзвичайно актуальним.

Ідентичність сучасної молоді людини формується у просторі, де реальні та віртуальні взаємодії взаємопереплітаються, а соціальні ролі та очікування набувають нових форм. Цифрове середовище пропонує широкі можливості для творчої самопрезентації, самовираження та соціальної інтеграції, але водночас породжує ризики фрагментації образу «Я», залежності від зовнішніх оцінок та емоційної нестабільності. Така амбівалентність впливу соціальних мереж зумовлює потребу в комплексному аналізі процесів формування особистісної ідентичності молоді в умовах сучасного культурного середовища. Вивчення цих процесів дозволяє глибше зрозуміти механізми соціалізації, трансформації комунікативних практик та культурної динаміки, що визначають розвиток суспільства в цілому.

Кваліфікаційна робота містить **елементи наукової новизни**, що полягають у розкритті специфічних механізмів цифрової взаємодії, які трансформують

молодіжну ідентичність; у висвітленні ролі мережевих спільнот, візуальних практик та алгоритмічних структур у формуванні уявлень про себе; у визначенні амбівалентних наслідків цифрової соціалізації, які включають як можливості для розвитку, так і ризики психологічної вразливості та стандартизації ідентичності. Зростання значення соціальних мереж у культурному житті молоді обумовлює потребу в комплексному міждисциплінарному дослідженні цього феномену.

Мета роботи – проаналізувати теоретичні засади формування особистісної ідентичності молоді та виявити особливості впливу соціальних мереж на процеси самовизначення в сучасному культурному контексті.

Мета роботи передбачає розв’язання таких **завдань**:

- здійснити теоретичний аналіз феномену особистісної ідентичності та механізмів її формування;
- дослідити соціальні мережі як новий соціокультурний простір, що впливає на молодіжну ідентичність;
- виявити особливості впливу цифрових практик, мережевої комунікації та алгоритмічних механізмів на процеси самовизначення молоді;
- охарактеризувати сучасні трансформації ідентичності у культурному середовищі, зумовлені соціальними мережами;
- проаналізувати український контекст формування цифрової ідентичності в умовах соціальних та суспільних змін.

Об’єктом дослідження є процеси формування особистісної ідентичності молоді в умовах сучасного суспільства.

Предметом дослідження є вплив соціальних мереж і цифрового середовища на трансформацію молодіжної ідентичності та механізми її конструювання.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості застосування висновків дослідження в освітній, соціокультурній та психологічній практиці. Знання про механізми цифрової соціалізації дозволяють розробляти

програми медіаосвіти, спрямовані на формування критичного мислення, стійкої цифрової ідентичності та відповідального користування соціальними мережами. Результати роботи можуть бути використані у сфері культури та комунікацій, для аналізу молодіжних практик, створення соціальних ініціатив, а також у психологічному консультуванні з метою підтримки здорової ідентичності молоді в умовах цифрової реальності.

Апробація результатів дослідження. Основні положення, результати та висновки магістерського дослідження «Соціальні мережі як середовище формування особистісної ідентичності молоді в контексті сучасної культури» пройшли апробацію в межах науково-дослідної та освітньої діяльності автора.

Матеріали роботи були представлені та обговорені:

- у тезах доповіді на тему: Особистісна ідентичність: міждисциплінарний погляд на виклики сучасності. *Матеріали IX Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір»*. Київ, НАККиМ, 6 листопада 2025 року.
- у науковій статті: Соціальні мережі як чинник формування та трансформації особистісної ідентичності в сучасній культурі. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 82, том 1, 2025. С.63-71.
- на засіданні кафедри культурології Волинського національного університету імені Лесі Українки у процесі підготовки магістерського дослідження, де отримано позитивні рецензії та рекомендації до подальшої наукової розробки теми.

Результати дослідження були використані під час проходження переддипломної практики, зокрема у формуванні розділів індивідуального плану, підготовці методичних матеріалів та аналітичних звітів щодо цифрової соціалізації молоді.

Структура роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (56 найменувань).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

1.1. Феномен ідентичності в культурологічному дискурсі.

Проблема ідентичності є однією з ключових у сучасному гуманітарному знанні, набуваючи особливої гостроти в умовах глобалізаційних зрушень та цифрової трансформації суспільства. У культурологічному вимірі ідентичність розглядається не просто як психологічне самовідчуття індивіда («Хто я є?»), а як складний соціокультурний конструкт, що формується на перетині індивідуальних прагнень та колективних норм, символів і цінностей.

Розуміння ідентичності зазнало кардинальних змін при переході від культури Модерну до Постмодерну. У традиційних та ранньомодерних суспільствах ідентичність мала переважно аскриптивний (приписаний) характер. Соціальний статус, професія, релігійна приналежність та гендерні ролі були жорстко детерміновані традицією та походженням. Людина не стільки «шукала» себе, скільки вписувалася у вже існуючу, стабільну структуру соціальних координат.

Епоха Модерну змінила цей підхід, перетворивши ідентичність із «даності» на «завдання». Проект Просвітництва проголосив автономію суб'єкта, здатного раціонально будувати своє життя. Однак, навіть у цей період ідентичність прагнула до цілісності, стабільності та завершеності. Ідеал особистості Модерну — це людина з твердим внутрішнім стрижнем, чия біографія є логічною та послідовною. Ситуація докорінно змінюється в епоху Постмодерну (або, за термінологією Е. Гідденса — «пізнього модерну»). Руйнування великих наративів, глобалізація та інтенсифікація інформаційних потоків призвели до фрагментації соціального буття.

Ентоні Гідденс, один із провідних теоретиків цього напрямку, визначає ідентичність у пізньому модерні як «рефлексивний проект» [40]. За Гідденсом, «Я» не є чимось сталим, що можна знайти; це те, що людина постійно створює та підтримує через власні дії. Ключовим механізмом тут виступає *самонарація* — здатність індивіда вибудовувати послідовну розповідь про себе (біографічний наратив) в умовах змінного світу. Тобто, ідентичність — це здатність підтримувати неперервність свого «Я» через постійну інтерпретацію власного минулого та проектування майбутнього [40].

Найбільш радикальну концептуалізацію змін в природі ідентичності запропонував соціолог та філософ Зигмунт Бауман. Він ввів у науковий обіг метафору «плинної сучасності» (*liquid modernity*), яка описує стан суспільства, де соціальні форми плавляться швидше, ніж встигають застигнути [33]. У цьому контексті Бауман говорить про перехід від ідентичності «паломника» (що йде до чіткої мети) до ідентичності «туриста» або «блукаючого» (*vagabond*). Для людини плинної сучасності головною проблемою стає не *побудова* ідентичності, а уникнення її *фіксації*.

Основні характеристики «плинної ідентичності» (за З. Бауманом):

1. Тимчасовість: будь-які зобов'язання та самовизначення сприймаються як тимчасові («до подальших розпоряджень»).
2. Фрагментарність: людина може одночасно приміряти різні, іноді суперечливі ролі, подібно до того, як змінюють одяг.
3. Споживчий характер: ідентичність конструюється через споживання символів, брендів та образів. «Я є те, що я купую / пощу / лайкаю» [33].

Бауман наголошує, що в плинному світі стабільна ідентичність стає тягарем, що обмежує свободу маневру. Тому успішна стратегія постмодерної особистості — це постійна готовність до змін, «перезавантаження» себе, відмови від минулого досвіду заради нових можливостей.

Така свобода конструювання має зворотний бік, який дослідники окреслюють як кризу ідентичності. Вона виникає не через брак можливостей для самовизначення, а через їхній надлишок. Криза ідентичності сучасної людини зумовлена і, водночас, виражається через такі прояви:

- втрата онтологічної безпеки: відсутність стабільних соціальних якорів породжує тривогу та невпевненість. Молода людина постійно перебуває в стані сумніву: «Чи правильний вибір я зробив?», «Чи не пропускаю я щось важливіше?» (феномен, що пізніше отримав назву FOMO);
- залежність від зовнішнього схвалення: оскільки внутрішні критерії самооцінки розмиті, центр ваги переноситься на зовнішню верифікацію. Ідентичність потребує постійного підтвердження з боку «Іншого» (що в цифрову епоху конвертується в лайки та перегляди);
- перформативність: ідентичність стає виставою, перформансом. Важливим стає не *бути*, а *здаватися*. Це створює розрив між реальним досвідом та його репрезентацією.

Таким чином, у культурологічному дискурсі ідентичність сучасної молоді постає як динамічний, незавершений процес маневрування між бажанням свободи та потребою в безпеці, між індивідуалізацією та прагненням належати до спільноти. Саме соціальні мережі, як буде показано в наступних розділах, стають тим технологічним та культурним середовищем, де цей «плинний» характер ідентичності реалізується найбільш повно.

1.2. Соціальні мережі як феномен сучасної екранної культури.

Соціальні мережі є найбільш виразним прикладом культурного феномену, що виник на стику інформаційно-комунікаційних технологій та трансформації суспільних відносин. У культурологічному контексті вони розглядаються не просто як технічний інструмент, а як фундаментальна складова екранної культури

— цивілізаційного етапу, де комунікація, пізнання та соціалізація опосередковані екраном цифрового пристрою.

Соціальні мережі функціонують у середовищі кіберпростору — концептуально нового простору існування, основними характеристиками якого є:

1. Віртуальність: це нетотожність екранного зображення та його реального прототипу. Віртуальність дозволяє користувачу існувати в альтернативній, спроектованій реальності, де можливе моделювання ідентичності та соціальних зв'язків. У соціальних мережах віртуальність проявляється у створенні аватара та перформативності, де «реальний» світ індивіда замінюється його «презентацією» (як у профілях, сторіз чи відео).

2. Інтерактивність: на відміну від традиційних медіа (ТБ, радіо), кіберпростір передбачає двосторонню, активну участь користувача у створенні та поширенні контенту. Користувач перетворюється з пасивного *споживача* на активного *просьюмера* (prosumer) — одночасно продукує і споживає інформацію. Інтерактивність в соціальних мережах виражається через лайки, коментарі, репости, що є механізмами постійного зворотного зв'язку, критично важливого для формування ідентичності молоді (як було зазначено в 1.1).

3. Гіпертекстуальність: організація інформації нелінійним способом. Кожен елемент контенту (пост, фото, відео) є вузлом, пов'язаним нескінченною кількістю посилань та переходів. Це формує кліпове сприйняття та фрагментацію уваги, що безпосередньо впливає на здатність молоді до цілісного, послідовного біографічного наративу, сприяючи «плинності» ідентичності.

Таким чином, соціальні мережі є не лише засобом комунікації, а й культурним кодом, що визначає спосіб мислення та сприйняття світу.

Осмислення ролі комунікаційних технологій у формуванні сучасної культури ґрунтується на роботах класиків теорії медіа.

1. Концепція «глобального села» Маршалла Маклюєна [48]. Хоча Маршалл Маклюєн сформулював свою теорію ще до винайдення Інтернету, його ідея

«глобального села» (global village) виявилася пророчою для епохи соціальних мереж. Маклюен стверджував, що електронні медіа (спочатку телебачення) здатні миттєво доставляти інформацію, стискаючи простір і час. Соціальні мережі довершили цей процес, перетворивши планету на єдиний комунікаційний простір, де події в одній точці миттєво стають доступними для всіх [48].

У «глобальному селі» індивідуальна ідентичність виявляється під постійним впливом глобальних трендів, культурних норм та цінностей, що поширюються без географічних кордонів. Це ускладнює формування локальної, ізольованої ідентичності.

2. Теорія «мережевого суспільства» Мануеля Кастельса. Наріжною теоретичною основою для вивчення соціальних мереж є праця Мануеля Кастельса «Інформаційна епоха: економіка, суспільство та культура» [13]. Кастельс стверджує, що сучасне суспільство переходить від індустріальної до інформаційної парадигми, де ключовим фактором виробництва та організації є інформація, а домінуючою соціальною формою — Мережа (The Network). Мережа, за Кастельсом, є гнучкою, масштабованою та динамічною структурою. Вона замінює жорсткі ієрархічні інститути. Влада та капітал зосереджуються у «просторах потоків», а не у «просторах місць».

Кастельс розрізняє три типи ідентичності, що виникають у мережевому суспільстві:

- легітимізуюча ідентичність, яка створюється домінуючими інститутами (держава, церква);
- опірна ідентичність, яка створюється тими, хто відкидає норми (наприклад, хакери, екологічні активісти);
- проектна ідентичність, яка твориться для зміни суспільства. Саме до неї прагне активна молодь, використовуючи соціальні мережі для самоорганізації та колективних дій [13].

Соціальні мережі є технологічним втіленням цієї логіки, дозволяючи молоді швидко створювати *ad-hoc* (ситуативні) спільноти, формувати опірні ідентичності та брати участь у політичних чи культурних проектах, незалежно від географічного розташування.

Сучасні соціальні мережі - це інтерактивні онлайн-платформи, що забезпечують створення й обмін контентом, встановлення комунікаційних зв'язків і формування віртуальних спільнот. До ключових характеристик належать доступність, швидкість поширення інформації, інтерактивність, візуальність контенту та персоналізація. Популярність соцмереж значною мірою зумовлена мобільністю: завдяки смартфонам молодь має постійний доступ до цифрового простору, що робить комунікацію безперервною і глобальною. Крім того, алгоритми платформ адаптують інформацію під уподобання користувача, формуючи індивідуальний інформаційний потік, який впливає на світогляд та сприйняття реальності.

Функції соціальних мереж охоплюють широкий спектр соціальних потреб. Передусім вони виконують комунікативну функцію, забезпечуючи просту й швидку взаємодію між людьми незалежно від їхнього місцезнаходження. Молодіжна аудиторія активно використовує соцмережі для підтримання дружніх і родинних зв'язків, створення нових контактів та інтеграції в спільноти за інтересами. Не менш важливою є інформаційна функція: соцмережі виступають джерелом новин, освітнього й культурного контенту, допомагаючи молоді орієнтуватися у глобальних процесах. Проте ця функція пов'язана з ризиками дезінформації й маніпуляцій, що робить медіаграмотність ключовою умовою безпечного перебування в цифровому просторі.

Соціальні мережі змінюють природу комунікації. Якщо традиційні медіа передбачали пасивного споживача, то цифрові платформи перетворюють користувача на співавтора контенту. Така демократизація інформаційного простору змінює структуру публічності: тепер кожен може висловлюватися,

впливати на інших та брати участь у суспільному дискурсі [11]. Водночас виникає інформаційна перенасиченість, у якій складно відрізнити достовірні дані від фейкового контенту. Соціальні мережі відіграють вагомую роль і в процесах соціалізації, формуючи моделі поведінки, норми та цінності, що впливають на ідентичність молоді.

Культурно-розважальна функція соцмереж є визначальною для молодіжної аудиторії. Тут відбувається знайомство із сучасною культурою, пошук натхнення, участь у трендах, перегляд відео, прослуховування музики та взаємодія з інфлюенсерами. Соціальні мережі стають простором творчості, де кожен може виступати автором, блогером або творцем власного медіапродукту. Особливого значення набуває можливість висловлювати соціальні позиції та долучатися до громадських ініціатив, що сприяє розвитку активної громадянської позиції.

У сфері освіти та професійного становлення соцмережі також відіграють важливу роль. Вони допомагають знаходити освітні ресурси, проходити дистанційні курси, будувати професійні контакти й формувати особистий бренд. Багато молодих людей створюють у соцмережах власне портфоліо, рекламують послуги або ведуть підприємницьку діяльність. Це створює додаткові можливості для кар'єрного розвитку й самореалізації.

Попри численні переваги, соцмережі містять загрози. Однією з ключових є залежність від цифрової взаємодії: надмірне використання соціальних платформ може відривати молоду людину від реальності, послаблювати соціальні навички та спричиняти психологічні розлади - тривожність, депресію, зниження самооцінності. Не менш небезпечними є явища кібербулінгу, хейту та онлайн-дискримінації, які здатні завдати тривалих психологічних травм. Іншим викликом є загроза приватності: цифрові сліди користувача можуть бути використані для маніпуляцій або втручання в особисте життя.

З культурологічної точки зору соцмережі - це простір символічного обміну, де кожен пост, фото або коментар виступає знаком, що формує індивідуальні та

колективні смисли [14, с. 56]. Існування у цифровому середовищі породжує нову форму соціального буття – медіалізовану присутність. Бути онлайн означає бути соціально активним, тоді як відсутність у мережі часто сприймається як соціальна «невидимість».

Комунікативна функція забезпечує підтримку зв'язків незалежно від простору і часу, формуючи новий тип міжособистісних відносин - гнучких, відкритих і децентралізованих [11]. Інформаційно-пізнавальна функція робить соцмережі одним із головних джерел новин, освітнього та культурного контенту. Платформи на кшталт YouTube, Instagram, TikTok та Telegram пропонують доступ до навчальних і розважальних матеріалів, проте водночас створюють ризик формування «інформаційних бульбашок» [7, с. 50].

Ідентифікаційна функція виявляється у створенні цифрового «Я». Онлайн-профіль стає простором, де користувач демонструє цінності, інтереси, соціальний статус і спосіб життя. Як зазначав Ервін Гофман, людина постійно виконує соціальні ролі, намагаючись формувати певне враження про себе [42]. У цифрову добу ця «вистава» стає контрольованішою, адже користувач має можливість редагувати те, що показує, і приховувати небажані аспекти.

Соціалізаційна функція передбачає формування громадянської позиції, політичної свідомості й колективних дій через онлайн-майданчики. Соцмережі стають платформою для молодіжних ініціатив, флешмобів, доброчинних проєктів і культурних акцій, де молодь реалізує потенціал як агент суспільних змін [11]. У цифровому середовищі соціалізація має подвійний характер: з одного боку, вона відкриває можливості для саморозвитку та глобальної інтеграції; з іншого — сприяє поверхневому сприйняттю цінностей, що формуються під впливом трендів та алгоритмів.

Поява «ідеального цифрового Я» призводить до розщеплення ідентичності між реальним та онлайн-образом, що породжує психологічну напругу й знижує рівень автентичності [25]. Соцмережі також виконують нормативну функцію,

формує моральні й культурні орієнтири. Молодь бере участь у дискусіях щодо етики, екології та соціальних прав, що стимулює розвиток цифрової громадянськості. Прикладами є екологічні кампанії, волонтерські рухи та ініціативи на захист прав людини, які починаються онлайн і мають реальний вплив [11, с. 67].

Поряд із цим існують загрози маніпуляції свідомістю через алгоритми, психологічної залежності від цифрової присутності та втрати приватності. Алгоритмічні механізми формують «інформаційні капсули», у яких користувач сприймає лише інформацію, що підтверджує його переконання, посилюючи поляризацію та фрагментацію спільнот [13, с. 34].

Соціальні мережі як новий культурний простір стають одним із найпотужніших чинників трансформації сучасного соціокультурного середовища. Їх поява докорінно змінила способи комунікації, взаємодії, створення та поширення культурного досвіду. Якщо раніше культура формувалася й передавалася через навчальні заклади, сім'ю, мистецтво чи традиційні ЗМІ, то нині цифрові платформи-Instagram, TikTok, Facebook, X (Twitter)-виступають ключовими каналами отримання інформації, формування норм і цінностей, визначення вподобань та соціальної поведінки молоді. Соціальні мережі перетворилися на простір, де кожен користувач є водночас і споживачем, і творцем культурних змістів, а сам процес взаємодії набуває інтерактивного та багатовекторного характеру.

Соціальні мережі давно перестали бути лише сервісами для обміну повідомленнями. Вони функціонують як культурне середовище, у якому молодь конструює власний образ, випробовує соціальні ролі та перевіряє форми комунікації. Профіль у соцмережі стає вітриною інтересів, досягнень і соціальних зв'язків користувача, а миттєвий зворотний зв'язок у вигляді лайків і коментарів впливає на самооцінку та почуття значущості.

Одним із характерних проявів цього середовища є культура порівнянь. Молоді люди часто співвідносять власне життя з ідеалізованими фрагментами чужого-подорожами, успіхами, зовнішністю. Це підсилює самокритику й нерідко формує відчуття невідповідності. У результаті виникає залежність від оцінки аудиторії, що зумовлює емоційну напругу та впливає на психоемоційний стан.

Водночас соціальні мережі створюють умови для об'єднання в спільноти за інтересами. Молодь має можливість знаходити однодумців, ділитися поглядами, підтримувати власні культурні або творчі вподобання. У таких спільнотах відбувається експериментування зі способами самопрезентації та розвиток комунікативних навичок. Однак алгоритмічні рекомендації часто спричиняють стандартизацію поведінки, формування інформаційних «бульбашок» і звуження культурного різноманіття.

Анонімність у мережі також відіграє помітну роль. Вона дає змогу випробовувати нові ідентичності та стильові ролі, зменшує страх негативної оцінки, але водночас може провокувати агресивну поведінку. Постійна видимість і відкритість підсилюють відчуття відповідальності за цифровий образ, адже будь-яка публікація здатна вплинути на репутацію в онлайн-спільноті.

Важливою рисою нового культурного простору є його візуальна центричність і гіпертекстуальність. Короткі, динамічні повідомлення, яскраві відео, меми й вірусні тенденції підсилюють кліпове мислення, яке поступово витісняє практики глибокого, рефлексивного сприйняття. Культурні норми, естетичні тренди, моделі поведінки формуються з великою швидкістю, стають глобальними та так само швидко зникають. Це сприяє появі типових моделей дій і стилів життя, які молоді люди часто сприймають як нормативні [27].

Соціальні мережі створюють унікальну цифрову екосистему, у якій межі між локальним і глобальним значною мірою розмиті. Молодь може належати до численних віртуальних спільнот, долучатися до світових культурних процесів і формувати нові форми самоідентифікації. Така багатовимірність відкриває широкі

можливості для самовираження, але водночас підсилює феномен «розмитої ідентичності», коли індивід змушений адаптуватися до різних нормативних систем, інколи втрачаючи внутрішню цілісність.

Цифровий простір стає також ареною влади, у якій домінують алгоритми, технологічні корпорації та комерційні структури. Алгоритмічне ранжування визначає, який контент стає популярним і які культурні сенси отримують найбільшу видимість. Унаслідок цього у користувачів формується картина світу, сконструйована медійною реальністю. Водночас соцмережі забезпечують можливість демократизації культурного виробництва: кожен, хто має доступ до інтернету, може створити власну аудиторію, продукувати смисли та впливати на культурні процеси [27].

Новим явищем стало поширення «перформативної» ідентичності. Молодь не просто демонструє власне життя-вона проєктує його так, щоб відповідати очікуванням аудиторії. Фото, відео й тексти слугують інструментами побудови образу «Я», часто зорієнтованого на привабливість, успішність та емоційну яскравість. Це спричиняє театралізацію повсякденності та перетворює життя на публічну виставу.

Соціальні мережі активно продукують культуру через інфлюенсерів-нових культурних лідерів. На відміну від традиційних авторитетів, що ґрунтувалися на фахових знаннях або інституційній підтримці, вплив блогерів базується на довірі, емоційній близькості та можливості ототожнення. Їхній контент формує модні, поведінкові та моральні орієнтири, сприяючи масовій культурній стандартизації.

Паралельно розвиток соціальних мереж стимулює появу мікрокультур і субкультурних ніш. Завдяки алгоритмам персоналізації молоді користувачі можуть знаходити спільноти з найвужчими інтересами-від мистецьких експериментів до екологічних ініціатив. Такі групи забезпечують підтримку, зміцнюють відчуття приналежності та створюють альтернативні культурні практики, що часто залишаються поза межами традиційного соціального поля.

Разом із позитивними можливостями зростають ризики: дезінформація, культура хейту, алгоритмічні «бульбашки» та поляризація ускладнюють конструктивний діалог і деформують культурне сприйняття. Ці явища спричиняють фрагментацію суспільного простору та формують викривлене уявлення про реальність [27].

У підсумку соціальні мережі постають як повноцінний культурний простір, що охоплює всі сфери життя-від індивідуальної самопрезентації до глобальних соціальних рухів. Вони визначають темп культурних трансформацій, переформатовують механізми самоідентифікації та взаємодії, створюють нові виклики й водночас відкривають нові можливості для розвитку особистості. Молодь у цьому процесі є не просто частиною цифрової культури, а її активним творцем і носієм, що формує перспективи подальшого розвитку сучасної соціокультурної реальності.

Попри численні ризики соцмережі залишаються потужним ресурсом розвитку, взаєморозуміння та міжкультурного діалогу. Вони сприяють демократизації комунікацій, розширенню громадянської активності й культурного обміну. Перспективи розвитку пов'язані з еволюцією штучного інтелекту, технологій VR та AR, які дедалі більше розмиватимуть межу між фізичною та цифровою реальністю. Це відкриває нові можливості для освіти, мистецтва та підприємництва, проте водночас потребує нових підходів до цифрової етики та підтримки суб'єктності людини [14, с. 75].

Отже, соціальні мережі — не лише засіб комунікації, а й культурно-соціальна реальність, у якій формуються нові типи соціальності, ідентичності та самосвідомості. Для молоді вони є простором одночасно широких можливостей і потенційних ризиків, де особистість постійно перебудовується під впливом технологічних, соціальних і культурних детермінант.

У підсумку, соціальні мережі є основним простором, де відбувається перетин плинної ідентичності (Бауман/Гідденс) з мережевою логікою (Кастельс).

Вони виступають як дзеркало ідентичності, що постійно транслює, інтерпретує та валідує самовизначення молоді в умовах постійного культурного потоку.

1.3. Методологія дослідження віртуальної особистості.

Перехід соціокультурних практик у кіберпростір вимагає адаптації класичних гуманітарних методів та формування нових методологічних підходів, адекватних динамічній та гібридній природі цифрової культури. Дослідження процесу формування ідентичності молоді в соціальних мережах потребує інтеграції якісних методів, що здатні охопити як текстовий, так і візуальний та комунікативний аспекти віртуального буття.

Особливість дослідження віртуальної особистості полягає у необхідності подолання кількох методологічних викликів. По-перше, це проблема достовірності (authenticity), оскільки в мережі ідентичність є *перформативною* і часто ідеалізованою. По-друге, це питання етики та приватності, пов'язане з аналізом публічних даних користувачів. По-третє, це гібридність даних, які одночасно є вербальними (текст, коментарі), аудіовізуальними (фото, відео, меми) та мережевими (структура зв'язків, лайки, репости).

Для всебічного культурологічного дослідження віртуальної ідентичності доцільно використовувати комплексний методологічний інструментарій, що включає наступні підходи.

1. Нетнографічний аналіз (Netnography.)

Нетнографія, або етнографія кіберпростору, є спеціалізованим методом якісного дослідження, розробленим для вивчення спільнот та культури, що формуються онлайн. На відміну від класичної етнографії, де дослідник занурюється у фізичне середовище, нетнографія передбачає занурення у цифрові спільноти (форуми, групи в соціальних мережах, фандоми) з метою розуміння їхніх норм, ритуалів, символів та мови.

У контексті дослідження ідентичності молоді, нетнографія дозволяє:

- вивчати динаміку формування групової ідентичності в закритих або тематичних онлайн-спільнотах;
- з'ясовувати, які колективні цінності транслуються у мережеских субкультурах (наприклад, естетика Dark Academia, рухи волонтерів);
- аналізувати *етикет* та *риторику* комунікації в мережі, виявляючи механізми соціального схвалення чи остракізму (кібербулінгу, *cancel culture*).

2. Візуальні студії та семіотичний аналіз.

Соціальні мережі, особливо ті, що базуються на зображеннях (Instagram, TikTok), є середовищем візуального повороту сучасної культури. Це вимагає використання інструментів візуальних студій.

- Семіотичний аналіз: метод, що фокусується на дослідженні знаків, символів та культурних кодів, які використовуються молодими людьми для конструювання свого образу.

Дослідженню підлягають:

- символічні значення елементів профілю: вибір аватара, фільтрів, ракурсу фотографії;
- наративи тілесності: Як через фотографії транслуються ідеали краси, успіху, соціального статусу;
- меми як культурні тексти: меми є швидкими, багатшаровими візуальними формами, що відображають актуальні соціальні та політичні настрої молоді. Аналіз мемів дозволяє зрозуміти, як відбувається *колективна рефлексія* над подіями та власною ідентичністю.

3. Дискурс-аналіз та контент-аналіз.

Для опрацювання текстової складової комунікації використовуються методи, що фокусуються на мовних практиках.

- Дискурс-аналіз дозволяє виявити, як ідентичність конструюється через мову. Аналізуються не лише окремі слова, а й *система висловлювань* (риторика постів, коментарів, відповідей), що формує певне розуміння дійсності.

Дискурс-аналіз допомагає зрозуміти, які владні відносини, стереотипи та уявлення про *норму* і *девіацію* закладені в мережевій комунікації.

- Контент-аналіз (класичний та комп'ютеризований) використовується для кількісної та якісної фіксації наявності та частотності певних тем, категорій або слів у великому масиві даних (пости, твіти). Це дозволяє визначити, яким темам (політика, дозвілля, освіта, споживання) присвячує себе індивід і як ці теми корелюють із його самопрезентацією.

Оптимальна методологія для роботи нашої має бути комплексною (змішаною), поєднуючи:

1. Контент-аналіз для виявлення загальних тенденцій (кількісна фіксація тем у вибірці профілів).
2. Семіотичний аналіз для глибинної інтерпретації окремих візуальних кейсів (фото/відео).
3. Нетнографічне занурення (наприклад, у фокус-групу або спільноту) для розуміння неформальних правил та емоційних засад формування ідентичності.

Використання цих методів дозволить не лише описати феномен самопрезентації, але й інтерпретувати його в культурологічному ключі, пояснюючи, які символічні та ціннісні зрушення відбуваються в ідентичності молоді внаслідок впливу мережевої культури.

Підсумовуючи зазначаємо, що сучасна ситуація вимагає відмови від класичного, статичного розуміння ідентичності на користь динамічної, процесуальної моделі.

Ідентичність в умовах сучасної культури набуває рис «рефлексивного проекту» (Е. Гідденс), де індивід постійно переосмислює свою біографію та життєвий вибір. Цей процес посилюється впливом «плинної сучасності» (З. Бауман), що руйнує стабільні соціальні структури. Як наслідок, ідентичність

молоді є фрагментованою, тимчасовою та залежною від зовнішнього схвалення, що породжує стан кризи самовизначення та «тиранії вибору».

Соціальні мережі є домінуючим феноменом екранної культури та буквальним втіленням «мережевого суспільства» (М. Кастельс). Вони функціонують у кіберпросторі, основні характеристики якого — інтерактивність, гіпертекстуальність та віртуальність — безпосередньо впливають на механізми самопрезентації. Мережі реалізують ідею «глобального села» (М. Маклюен), забезпечуючи миттєвий обмін інформацією, що стирає географічні та культурні кордони і піддає ідентичність впливу глобальних трендів.

Враховуючи гібридний (текст + візуал + комунікація) характер цифрової ідентичності, для подальшого дослідження визначено комплексний методологічний підхід, що включає:

- Нетнографічний аналіз — для вивчення культурних норм та ритуалів мережевих спільнот.
- Візуальні студії та семіотичний аналіз — для інтерпретації символічних значень, що закладаються в аватари, селфі та меми.
- Дискурс-аналіз — для виявлення владних, ціннісних та стереотипних наративів у текстовій комунікації.

Таким чином, формування особистісної ідентичності молоді в соціальних мережах є не просто наслідком технічного прогресу, а складним соціокультурним та семіотичним процесом, який потребує подальшого детального аналізу у площині практик самопрезентації та соціокультурних викликів.

РОЗДІЛ 2

МЕХАНІЗМИ КОНСТРУЮВАННЯ «ВІРТУАЛЬНОГО Я» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Соціальні мережі в ХХІ столітті стали не просто засобом спілкування, а потужним соціокультурним механізмом, який формує нові моделі ідентичності молоді. Вони створюють середовище, де процес самовизначення відбувається не в традиційному соціальному просторі, а у віртуальному середовищі - через взаємодію, рефлексію та порівняння з іншими [22]. З позиції сучасної філософії культури це свідчить про формування нової форми суб'єктності - медіаідентичності, яка поєднує елементи реального та віртуального життя.

Як підкреслював Ерік Еріксон, ідентичність молодої людини формується в процесі взаємодії із соціальним середовищем, яке задає норми, ролі та очікування [39]. Сьогодні ці процеси значною мірою перемістилися у цифровий простір, де молодь шукає визнання, підтвердження власної значущості та підтримки різних спільнот. Це змінює механізми соціалізації: реальні контакти часто замінюються віртуальними, а потреба в схваленні реалізується через алгоритмічні оцінки - лайки, коментарі, перегляди. Унаслідок цього соціальні мережі перетворюють ідентичність на об'єкт конструювання, який постійно редагується та коригується залежно від суспільної реакції.

Ентоні Гідденс у своїй концепції «рефлексивного проекту Я» наголошував, що сучасна особистість постійно перебуває в процесі самотворення [40]. Цей процес передбачає безперервне оновлення біографічного наративу, у якому людина осмислює власне життя та визначає його значення. У контексті соціальних мереж така рефлексивність набуває посиленої форми: молоді люди не лише проживають власний досвід, а й публічно демонструють його, створюючи цифрову версію своєї біографії. У результаті виникає парадокс: з одного боку,

індивід отримує контроль над самопрезентацією, а з іншого - стає залежним від зовнішнього погляду, який визначає його цінність [23].

Соціальні мережі - це середовище, де ідентичність молоді стає процесом постійного конструювання, поєднуючи елементи автентичності та штучності. Тут молоді люди не лише виражають себе, а й навчаються розуміти, як їх сприймає суспільство. Така взаємозалежність між самовираженням і зовнішнім схваленням формує нову еру соціальної ідентичності - цифрової, гібридної, відображеної у візуальних кодах та алгоритмах, що стали частиною сучасної культури [22].

У сучасному суспільстві соціальні мережі перетворилися на провідний інструмент формування ідентичності молодого покоління, впливаючи як на соціальну поведінку, так і на механізми самосвідомості. Якщо раніше процес самоідентифікації відбувався в сім'ї, освітньому середовищі чи у прямих соціальних контактах, то сьогодні він значною мірою переміщений у цифровий простір, де алгоритми, публічність та символічний обмін відіграють ключову роль [22]. Соціальні мережі створюють умови для постійного самопостереження й самоаналізу, стимулюючи молодих людей підтримувати певний візуальний і поведінковий стандарт, що відповідає очікуванням онлайн-спільноти. Як зазначає Шеррі Теркл, цифрова культура формує «мережеве Я» - множинне, фрагментоване та гнучке, здатне адаптуватися до різних соціальних умов [54]. Така структура ідентичності відображає постмодерні тенденції, описані Бауманом: особистість більше не має фіксованого центру, а перебуває у постійному русі значень [32].

Соціальні мережі створюють ілюзію свободи самовираження, однак за нею приховані глибші механізми соціального контролю. Алгоритми, що формують стрічки новин, лайкові системи та рекомендації, виступають невидимими структурами влади, визначаючи, які теми чи дії отримують схвалення. У цьому сенсі механізм можна розглядати крізь призму концепції «технологій Я» Мішеля Фуко: користувачі не лише презентують «Я», а й дисциплінують його, адаптуючи до норм популярності, привабливості та успішності.

Соціальні мережі впливають і на емоційний аспект ідентичності. Прагнення отримати схвалення у вигляді лайків, коментарів або підписників формує емоційну залежність. Це спричинює розрив між «публічним Я», орієнтованим на зовнішнє схвалення, та «внутрішнім Я», яке залишається прихованим. Такий розрив може створювати кризу автентичності - характерну рису цифрової культури. Соціальні мережі, діючи амбівалентно, поєднують можливості самовираження з одночасним посиленням психологічного тиску та залежності. Ідентичність молоді в цифровому суспільстві постає як динамічна конструкція, що постійно перебудовується під впливом технологічних, соціальних і культурних чинників [27].

У контексті подальшого осмислення впливу соціальних мереж на ідентичність молоді доцільно розглянути феномен цифрової суб'єктності як нового способу буття у соціокультурному просторі. Сучасна молодь дедалі частіше сприймає власну присутність у мережі як рівноцінний вимір особистісного існування, де здійснюється самопрезентація, комунікація та побудова смислів [23]. Ідентичність у цьому середовищі набуває гібридного характеру: вона формується на перетині фізичного, соціального та цифрового досвіду.

Питання емоційної регуляції в цифровому середовищі є особливо актуальним. Соціальні мережі стимулюють емоційний обмін - схвалення, співчуття, осуд, - що формує нову систему соціальних рефлексів. Як підкреслює Єва Іллуз, емоційна культура сучасності ґрунтується на публічному вияві почуттів, що водночас розширює простір самовираження і робить індивіда вразливим до зовнішньої оцінки [19]. У цьому контексті «цифрове Я» формується як продукт колективної взаємодії, залежний від алгоритмічного та емоційного впливу.

Соціальні мережі створюють умови і для культурної гомогенізації: молодь у різних країнах керується спільними моделями поведінки, моди та мислення. Це

веде до формування глобалізованої ідентичності, де національні та культурні відмінності розмиваються. Водночас зберігається протилежна тенденція - прагнення до унікальності та виокремлення серед інформаційного потоку. Саме ця напруга між масовістю та індивідуальністю стає рушієм сучасного процесу самовизначення [20].

Узагальнюючи, соціальні мережі постають не лише інструментом впливу, а й середовищем для створення нових форм ідентичності, що поєднують соціальні, культурні та психологічні чинники. Ідентичність молоді в цифрову епоху - це процес постійної трансформації, де кожен пост, дія чи реакція формують елементи самопроекції. Усвідомлення цього процесу потребує міждисциплінарного підходу - поєднання філософії, культурології, психології та соціології, що дає змогу глибше зрозуміти природу особистості, яка існує одночасно в реальному та віртуальному світі.

2.1. Практики самопрезентації та створення цифрового іміджу.

Центральною проблемою формування особистісної ідентичності молоді в соціальних мережах є феномен самопрезентації. Цей процес є свідомим та цілеспрямованим зусиллям індивіда вплинути на сприйняття свого «Я» іншими, використовуючи специфічні культурні та технологічні інструменти цифрового середовища. У культурологічному сенсі, самопрезентація в мережі є не просто передачею інформації про себе, а активним конструюванням соціально бажаного образу.

Особистий профіль користувача в соціальній мережі функціонує як складний культурний текст або біографічний наратив. На відміну від традиційних щоденників чи автобіографій, цей текст є колективним, гіпертекстуальним та перманентно публічним.

- Наратив профілю створюється не лише самим індивідом, але й коментарями, лайками, тегами та репостами інших користувачів, які верифікують або ставлять під сумнів його образ.

- Профіль являє собою нелінійну сукупність інформаційних вузлів (фото, пости, посилання), які, з'єднуючись, утворюють мозаїчне, часом суперечливе, уявлення про суб'єкта.

- Молодь використовує профіль для вибудовування послідовної, хоча й ідеалізованої, історії свого життя. Це, як зазначав Е. Гідденс, є «рефлексивним проектом Я», реалізованим у цифровому просторі [40]. Індивід відбирає, редагує та розміщує лише ті елементи, які підтверджують його бажану соціальну роль (успішність, креативність, громадянську активність).

Процес самопрезентації в соціальних мережах є, по суті, створенням «аватару» — цифрової репрезентації особистості. Цей термін, запозичений з індуїзму та кіберкультури, означає ідеалізований або вибраний образ, через який суб'єкт взаємодіє зі світом.

Формування цифрового іміджу підпорядковане драматургічному підходу (за І. Гофманом), де соціальна мережа виступає як сцена (front region), на якій індивід грає певну роль перед аудиторією [42]. Відповідно, повсякденне життя, що не підлягає публікації та редагуванню, залишається за лаштунками, у прихованій зоні (back region).

Конструювання аватару майже завжди передбачає стратегічну ідеалізацію. Молодь застосовує низку культурних та технічних механізмів для забезпечення бажаної репрезентації:

- Відбір контенту: публікуються лише позитивні події, успіхи, подорожі, естетично привабливі моменти.

- Візуальна корекція: використання фільтрів, ретуші та специфічних ракурсів, що відповідають домінуючим культурним стандартам краси та успішності.

- Символічне позиціювання: прив'язка себе до престижних локацій, брендів, лідерів думок.

Кардинальною особливістю цифрової самопрезентації є виникнення значного розриву між «Я-реальним» (власне внутрішнє переживання, невідредаговане буття) та «Я-віртуальним» (публічний, відфільтрований ідеал, представлений в мережі). Хоча ці два «Я» формально розділені, їхні кордони є проникними. Віртуальний образ, який спочатку був лише грою чи перформансом, з часом починає впливати на реальну поведінку індивіда. Очікування віртуальної аудиторії (потреба у постійному схваленні) можуть змусити молодь пристосовувати своє реальне життя під потреби публічного образу, що створює когнітивний дисонанс і призводить до відчуття тривоги та «втоми від ролі».

«Я-віртуальне» формується за принципом «дзеркального Я» (Ч. Г. Кулі), де самосприйняття є відображенням того, як, на думку індивіда, його оцінюють інші [36]. У соціальних мережах це реалізується через метрики — кількість лайків, коментарів, підписників. Ці цифрові показники стають одиницею культурної валюти та прямим індикатором соціальної значущості особистості.

У сучасному цифровому суспільстві поняття «цифрова ідентичність» стало ключовим для розуміння процесів самовираження, соціальної взаємодії та формування особистісної ідентичності. Цифрова ідентичність визначається як сукупність інформації, даних і віртуальних зображень, які користувач створює та підтримує в інтернет-просторі. Це профілі в соціальних мережах, блоги, освітні й професійні платформи, а також активність у різних онлайн-спільнотах [25]. Цифрова ідентичність є символічним розширенням особистого «Я» у віртуальному середовищі та функціонує як явище, що взаємодіє з реальним життям користувача [25].

Важливим аспектом цифрової ідентичності є її модульність і гнучкість. Користувач може демонструвати різні сторони особистості залежно від платформи, аудиторії чи контексту взаємодії. Такий механізм дозволяє

експериментувати з ролями та стилями самопрезентації, розширюючи можливості для самопізнання та розвитку соціальних навичок. Водночас існує ризик розщеплення особистості, коли цифровий образ не відповідає внутрішньому «Я», що створює психологічну напругу та конфлікт між онлайн- і офлайн-вимірами життя [22].

Взаємозв'язок цифрової та особистої ідентичності є багатограним. З одного боку, цифрова ідентичність відображає реальні характеристики й цінності користувача, дозволяючи демонструвати інтереси, соціальний статус, переконання та спосіб життя. З іншого боку, мережеві взаємодії, реакції та зворотний зв'язок аудиторії впливають на самосприйняття й поведінку [25]. Цей процес узгоджується з теорією Еріка Еріксона, який наголошував, що ідентичність формується через рівновагу між внутрішнім досвідом і соціальним визнанням [39]. У цифровому середовищі цей баланс набуває динамічності, оскільки реакції аудиторії є миттєвими та масштабними.

Найяскравіше цей взаємозв'язок проявляється серед молоді, яка формує уявлення про себе через призму цифрової взаємодії. Для підлітків і молодих дорослих значущою стає не лише думка реального оточення, а й цифрова оцінка — кількість переглядів, реакцій чи підписників. У цьому середовищі нерідко виникає ідентифікаційна криза, коли невідповідність між реальним «Я» і сконструйованим онлайн-образом спричинює внутрішні суперечності. Водночас можливість анонімності та свободи самовираження сприяє пошуку власних інтересів і цінностей, що позитивно впливає на становлення особистості.

Сьогодні цифрова ідентичність формується не лише свідомо, а й стихійно. Алгоритми аналізують поведінку користувача, збирають дані та формують профіль, який визначає, який контент, новини або рекламу буде отримувати людина. Унаслідок цього цифровий простір не лише відображає особистість - він активно впливає на її розвиток та ухвалення рішень. Це зумовлює нові етичні й

соціальні виклики, пов'язані з контролем над даними, медіаграмотністю та захистом приватності.

Психологічні дослідження засвідчують, що цифрова ідентичність може стати ресурсом для самореалізації та психологічного розвитку [23]. Молодь отримує можливість знаходити підтримку у спільнотах за інтересами, брати участь в освітніх і культурних ініціативах, отримувати цінний зворотний зв'язок. Це сприяє розвитку самосвідомості, самоконтролю та соціальної компетентності. Водночас негативні аспекти проявляються через порівняння себе з іншими, залежність від лайків і соціального схвалення, що може спричинити зниження самооцінки та емоційний дискомфорт.

Цифрова ідентичність є не лише відображенням особистісних характеристик, але й чинником формування особистісної ідентичності. Позитивний вплив проявляється через розширення можливостей для самовираження, соціальної інтеграції та розвитку комунікативних навичок. Соціальні мережі та онлайн-платформи надають молоді простір для демонстрації цінностей, інтересів, талантів і поглядів, що сприяє формуванню цілісного «Я» та розвитку впевненості у власних соціальних ролях [24].

Однак цифрова ідентичність може негативно впливати на особисту ідентичність, якщо онлайн-образ надто віддалений від реального «Я» або формується під тиском соціальних очікувань і цифрових стандартів [23]. Постійне порівняння себе з ідеалізованими профілями інших, прагнення до схвалення та залежність від цифрових показників може спричиняти стрес, низьку самооцінку та внутрішні конфлікти між онлайн та офлайн-середовищем.

Дослідники цифрової культури зазначають, що алгоритми формують персоналізовані стрічки новин і рекомендацій, що знижує культурну різноманітність і звужує критичне мислення [23; 27]. У таких умовах цифрова ідентичність стає фактором зовнішнього впливу, який змінює поведінку

користувача, стимулює порівняння та сприяє формуванню «конформної ідентичності».

У підсумку цифрова ідентичність постає як подвійне явище, що одночасно підтримує розвиток особистості та створює ризики її фрагментації. Усвідомлений підхід до взаємодії з цифровими платформами, розвиток критичного мислення, рефлексії та інтеграції онлайн і офлайн аспектів «Я» дозволяє молоді максимально використати потенціал цифрового середовища для самопізнання, самовираження й соціальної адаптації, зменшуючи негативні наслідки для особистісної ідентичності.

У сучасному цифровому контексті підтримка здорової цифрової ідентичності стає важливою складовою формування стійкої особистісної ідентичності. Інтегрована цифрова ідентичність відкриває нові можливості для самовираження, але водночас створює ризики психологічного й соціального напруження.

Таким чином, соціальні мережі перетворюють ідентичність на динамічний медійний продукт, що знаходиться у постійній взаємодії з аудиторією. Процес самопрезентації стає ключовим механізмом соціалізації, де молодь навчається вибудовувати бажаний культурний код і управляти зовнішнім сприйняттям, що є критично важливим для формування їхньої особистісної ідентичності.

2.2. Візуальний поворот: роль Instagram та TikTok у формуванні тілесності та естетичних смаків.

Сучасна цифрова культура характеризується домінуванням зображення над текстом — феноменом, відомим як візуальний поворот. Соціальні мережі, орієнтовані на обмін візуальним контентом (Instagram, TikTok), перетворили самопрезентацію на безперервний, переважно невербальний, перформанс, що кардинально змінило практики конструювання ідентичності та естетичні смаки молоді.

Щоб зрозуміти логіку самопрезентації в соціальних мережах, необхідно звернутися до драматургічного підходу Ірвінга Гофмана, викладеного у праці *«Представлення себе іншим у повсякденному житті»* [42]. Гофман розглядав соціальну взаємодію як театральну виставу, де індивіди грають ролі та управляють враженнями аудиторії.

У контексті соціальних мереж ця модель набуває нових вимірів:

- сцена (Front Region / Сцена): це особистий профіль, стрічка (feed), історії (Stories) та будь-який публічний контент. Тут індивід свідомо підтримує визначений образ, дотримуючись фасаду (набір усталених візуальних та текстових ознак). Все, що публікується, має бути естетично досконалим, відповідати культурним кодам успіху чи модному стилю життя;
- прихована зона (Back Region / Закулісся): це простір, де індивід може розслабитися, відкинути роль та готуватися до наступного виступу. У цифрі це можуть бути приватні чати, закриті групи або просто реальне життя, не призначене для публікації;
- управління враженнями (Impression Management): соцмережі є ідеальним інструментом для управління враженнями, оскільки вони дають користувачеві абсолютний контроль над редагуванням власного образу. Людина може відфільтрувати непривабливе, вирізати невдалі моменти та вибудувати послідовну, некритичну історію про себе. Це призводить до інтенсифікації перформативності ідентичності.

Візуальний поворот в орієнтованих на зображення мережах зробив тілесність ключовим полем для конструювання ідентичності. Тіло перетворюється на об'єкт культурного виробництва та демонстрації.

Селфі стало найбільш концентрованою формою цифрової самопрезентації. Це не просто фотографія, а свідомий автопортрет, який є результатом рефлексивного контролю над власним образом. У культурологічному плані селфі є:

- виявом індивідуалізму: спробою привернути увагу до себе.
- засобом валідації: очікуванням соціального схвалення через лайки та коментарі, що підтверджують прийнятність та привабливість «Я».

Алгоритми та вбудовані фільтри (зокрема, у TikTok та Instagram) дозволяють автоматично вдосконалювати зовнішність, наближаючи її до панівних естетичних стандартів. Використання цих інструментів масово створює ефект гіперреальності (Ж. Бодріяр) [4], де відредагований, ідеалізований образ стає більш реальним і бажаним, ніж оригінал. Це, зі свого боку, підживлює психологічну напругу та дисморфію серед молоді, оскільки реальне тіло не відповідає цифровому ідеалу.

Соціальні мережі активно тиражують візуальні коди успіху, споживання та стилю життя (lifestyle), які стають шаблонами для наслідування та засобами формування групової ідентичності.

Ідентичність конструюється через демонстрацію нерелевантних, але символічно значущих об'єктів (дорогі гаджети, брендовий одяг, екзотична їжа, мандрівки). Ці образи є симулякрами (копіями без оригіналу), які покликані сигналізувати про фінансовий, соціальний чи інтелектуальний статус, навіть якщо фактичний рівень життя індивіда не відповідає цій демонстрації.

У мережах виникають та швидко поширюються візуальні субкультури чи естетики (наприклад, *cottagecore*, *dark academia*, *clean girl aesthetic*). Вони надають молоді готові шаблони ідентичності, виражені через певний набір візуальних символів (одяг, інтер'єр, колірна гама, музика). Приєднання до такої естетики дозволяє швидко знайти групу однодумців та сформувати групову ідентичність в умовах розмитості традиційних спільнот.

Отже, візуальний поворот перетворив формування ідентичності на динамічний процес репрезентації та перформативності. Соціальні мережі, спираючись на драматургічний підхід, надають молоді простір для постійного

редагування ідеального «Я», що має глибокі наслідки для їхнього самосприйняття, естетичних уподобань та ставлення до власної тілесності.

2.3. Комунікативні патерни та соціальне схвалення.

Соціальні мережі не лише надають інструменти для візуальної самопрезентації, але й формують унікальні комунікативні патерни, які критично впливають на процес соціалізації та верифікації ідентичності молоді. Ключовим у цьому процесі є миттєвий зворотний зв'язок, який перетворює спілкування на постійний пошук соціального схвалення [8].

У цифровому середовищі схвалення ідентичності перетворилося на кількісно вимірювані метрики — лайки, реакції, коментарі та кількість підписників. Цей феномен отримав назву «економіка уваги» (attention economy), де увага аудиторії стає дефіцитним ресурсом, а «лайк» — універсальною одиницею культурної та соціальної валюти [7].

- Цифрова верифікація: лайк є найбільш спрощеною, але надзвичайно потужною формою соціального схвалення. З точки зору формування ідентичності, він виконує функцію вегетації (підтвердження) викладеного образу. Кожна позитивна реакція є мікро-підтвердженням: «Твій образ прийнятий і схвалений суспільством». Нестача лайків або негативні коментарі, навпаки, сигналізують про соціальну девіацію чи неприйнятність представленої особистістю ролі.

- Формування самооцінки: для молоді, яка перебуває на етапі інтенсивного формування «Я», цифрові метрики стають зовнішнім, об'єктивованим критерієм самооцінки. Залежність від цих показників створює петлю зворотного зв'язку, де самооцінка корелює з публічним успіхом. Це може призводити до нездорової екстерналізації самооцінки, коли цінність особистості визначається не внутрішніми досягненнями, а кількістю зовнішніх підтверджень.

- Коментарі як дискурс-формулюючий елемент: коментарі, на відміну від простих лайків, створюють дискурсивний простір навколо ідентичності. Вони

можуть слугувати підтримкою нарративу (уточнення, компліменти та запитання, що поглиблюють представлений образ), а також можуть ставати своєрідним соціальним контролем (критика, засудження (кібербулінг) або колективне виключення (*cancel culture*), що є потужними механізмами дисциплінування поведінки відповідно до мережевих норм) [9].

Незважаючи на індивідуалістичний характер самопрезентації, соціальні мережі парадоксальним чином посилюють потребу в колективній приналежності. Ця потреба є рушійною силою феномену FOMO (Fear of Missing Out — страх втраченої вигоди). FOMO — це постійне почуття тривоги або занепокоєння, що інші люди переживають більш значущий, цікавий або успішний досвід, ніж власний індивід. У культурологічному плані цей феномен є прямим наслідком:

1. Гіперболізованої репрезентації, оскільки в стрічках новин демонструються лише ідеалізовані та відредаговані моменти (як було розглянуто у 2.2), у користувача складається ілюзія, що життя інших людей є постійним потоком успіху, веселощів та значущих подій.

2. Мережевої логіки, бо власне завдяки постійній доступності інформації (24/7), молодь відчуває обов'язок постійно моніторити стрічку, щоб не випасти з інформаційного та соціального потоку. Неможливість постійно бути «в курсі» або «на події» викликає тривогу [9].

FOMO здійснює потужний вплив на формування ідентичності молодих людей в середовищі соціальних мереж. FOMO стимулює молодь до участі у надмірній кількості активностей, часто нерелевантних їхнім справжнім інтересам, а лише тих, які *добре виглядають* у соціальних мережах, що є ще одним доказом домінування «Я-віртуального» над «Я-реальним». Постійне порівняння власного, невідредагованого життя з ідеалізованими образами інших призводить до хронічної незадоволеності собою та зниження самооцінки. Прагнення «не пропустити» тренди змушує молодь швидко міняти свої інтереси, естетики та

навіть цінності, що підтримує бауманівську «плинну ідентичність», не даючи їй зафіксуватися.

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі відіграють ключову роль у процесах самоідентифікації молоді, задаючи нові параметри культурної взаємодії та соціального досвіду. Молодіжна ідентичність формується в умовах цілковито іншої комунікаційної логіки, де цифрові інструменти стають не просто каналом зв'язку, а середовищем, що визначає правила репрезентації, структури значень і способи соціальної участі. Саме в межах соціальних мереж відбувається поєднання особистісних переживань, групової динаміки та алгоритмічних механізмів, які разом моделюють новий формат ідентичності, властивий молодому поколінню [11].

Особливістю цього процесу є те, що ідентичність перестає сприйматися як стабільна та завершена конструкція. У цифровому середовищі вона постає як відкрита та змінна структура, що перебуває у постійному русі завдяки безперервному обміну інформацією, взаємодії з аудиторією та участі в мережевих спільнотах. Соціальні мережі задають нові механізми самопрезентації, які ґрунтуються на візуальності, перформативності та здатності суб'єкта адаптуватися до вимог конкретної платформи. Саме тут молодь створює символічні образи, що поєднують реальні риси з елементами медіатизованої естетики, перетворюючи власне «Я» на гнучкий інструмент комунікації.

Візуальні практики відіграють провідну роль у цьому процесі. Фотографії, короткі відео, сторіз та інші форми візуального контенту стають своєрідною мовою молоді, через яку вона репрезентує себе та водночас інтерпретує інших. Зображення перестають бути лише способом фіксації моментів; вони формують новий тип соціального висловлювання, у межах якого виробляє певну стилістику, ритм, наратив і навіть етичну позицію. Візуальна самопрезентація виконує функцію соціального кодування, через яке молодь визначає свою приналежність до певних культурних груп, стилів чи спільнот [13].

У формуванні молодіжної ідентичності ключовим є також емоційний аспект. Соціальні мережі генерують інтенсивні емоційні потоки, що виникають унаслідок постійної взаємодії з аудиторією. Лайки, коментарі, реакції та репости створюють мережеві ланцюги емоційного зворотного зв'язку, які формують систему підтримки або ж, навпаки, критику та тиск. Молодіжна аудиторія особливо чутлива до цих механізмів схвалення та осуду, оскільки вони прямо впливають на переживання власної цінності та соціальної значущості. Емоційна динаміка соціальних мереж не залишається зовнішнім фактором - вона інтегрується у структуру самосприйняття, визначаючи внутрішні орієнтири поведінки.

Не менш важливим механізмом є соціальне порівняння, яке посідає центральне місце у мережевих взаємодіях молоді. Видимість життя інших користувачів, підсилена алгоритмами популярності, створює умови для постійного співставлення власного досвіду з медіаконтентом, що часто відображає ідеалізовану версію реальності. Це визначає рівень задоволеності собою, впливає на емоційний стан, моделює поведінкові стратегії та актуалізує питання відповідності певним соціальним стандартам [13]. У молодіжних спільнотах соціальне порівняння може набувати як конструктивних форм - мотивації, прагнення до розвитку, творчих експериментів, - так і деструктивних, що призводять до фрагментації ідентичності, втрати автентичності та підміни внутрішніх цінностей зовнішніми очікуваннями.

Соціальні мережі створюють і потужні можливості для формування нових спільнот, які стають середовищем підтримки та розвитку. Об'єднання за інтересами, тематичні групи, волонтерські ініціативи, культурні та творчі співтовариства - усе це формує мережевий соціальний капітал молоді [6]. Приналежність до таких спільнот забезпечує відчуття значущості, дає доступ до колективних ресурсів, сприяє виробленню групових норм і символів, які інтегруються в індивідуальну ідентичність. Таким чином, формування

молодіжного «Я» набуває подвійного виміру: воно ґрунтується і на індивідуальному досвіді, і на колективних практиках взаємодії.

Важливою характеристикою мережевої культури є множинність ідентичностей. У соціальних мережах молодь створює різні версії своєї присутності, адаптовані до контексту конкретної платформи, аудиторії чи ситуації. TikTok формує естетику швидких розважальних та креативно поданих відео; Instagram - упорядковує та стилізує візуально; Telegram - безпечний, інформативний та анонімний; професійні мережі - рольову компетентність. Ці моделі не суперечать одна одній, а формують багатосарову ідентичність, що відображає адаптивність сучасної молоді, її здатність поєднувати різні комунікації, режими та культурні коди.

Паралельно з цим зростає значення алгоритмічного впливу. Соціальні мережі функціонують як системи, що визначають, який контент стає видимим, які теми актуалізуються, які тенденції підсилюються. Алгоритми не лише структурують інформаційний простір, а й беруть участь у формуванні ціннісних орієнтацій, задаючи рамки уваги та визначаючи, що вважається бажаним, успішним чи соціально схвальним. Це створює умови для появи «алгоритмічної ідентичності» - такої, що формується у взаємодії з технологічними системами так само суттєво, як і з соціальним середовищем [6].

У національному контексті важливим є вплив соціальних мереж на громадянську та культурну ідентичність української молоді. Мережевий простір стає платформою самоорганізації, мобілізації, поширення інформації та формування спільної пам'яті. Молодіжна участь у волонтерських ініціативах, створення культурного контенту, підтримка громадянських рухів і взаємодія у кризових ситуаціях формують нові моделі відповідальності та солідарності [8]. Таким чином, цифрова ідентичність молоді інтегрує глобальні тенденції та локальні історичні умови, утворюючи складну систему культурної взаємодії.

Загалом, молодіжна ідентичність у соціальних мережах постає як багаторівневий та взаємопов'язаний процес, у межах якого поєднуються внутрішні психологічні стани, соціальні механізми взаємодії, культурні практики та технологічні структури. Соціальні мережі не лише відображають уже наявні ідентичності, а й активно беруть участь у їхньому формуванні, моделюючи нові формати соціальності, комунікації та самосприйняття. У результаті виникає адаптивна, пластична, але водночас вразлива структура, що відображає складність сучасного культурного простору та динаміку розвитку молодого покоління.

Таким чином, комунікативні патерни в соціальних мережах перетворилися на механізм прискореного формування ідентичності, що функціонує на принципах негайної верифікації та постійної тривоги. Ці практики диктують необхідність безперервної публічної присутності, що є визначальною рисою соціалізації сучасної молоді.

Підсумовуючи зазначаємо, що соціальні мережі перетворюють формування «Я» на постійний, багат шаровий перформанс, що підпорядковується логіці драматургічного підходу Ірвінга Гофмана.

Профіль користувача функціонує як головний культурний текст і біографічний наратив, який є публічним, колективним і постійно редагованим. У цьому процесі молодь свідомо створює «аватар» — ідеалізований образ, що відокремлюється від «Я-реального». Цей розрив між внутрішнім досвідом та зовнішньою репрезентацією є основною характеристикою цифрової ідентичності та джерелом потенційного психологічного напруження.

Аналіз візуального повороту показав, що в мережах (особливо Instagram та TikTok) тілесність стає головним полем для конструювання ідентичності. Практики селфі та використання фільтрів є механізмами, що наближають фізичний вигляд до панівних, часто нереалістичних, естетичних стандартів. Самопрезентація ідентичності тут відбувається через демонстрацію візуальних

кодів успіху та обраного стилю життя (lifestyle), які є індикаторами соціальної приналежності та статусу.

Критично важливим елементом є комунікативні патерни, що вибудовуються навколо «культури лайків» та коментарів. Ці цифрові метрики стають основним механізмом верифікації ідентичності, перетворюючи самооцінку на зовнішньо залежну функцію. Постійна потреба у схваленні та моніторингу призводить до поширення феномену FOMO (страху втраченої вигоди). FOMO є культурною хворобою «плинної сучасності», яка змушує молодь безперервно брати участь у соціальному житті мережі, посилюючи її тривожність та сприяючи фрагментації ідентичності.

Отже, соціальні мережі перетворили формування ідентичності на публічний, редагований та соціально обумовлений процес, де цінність особистості визначається її здатністю ефективно управляти враженнями та отримувати швидке соціальне схвалення. Цей процес створює нові форми соціальної інтеграції, але водночас несе ризики, які будуть розглянуті у наступному розділі.

РОЗДІЛ 3

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ

У сучасній культурі соціальні мережі стали не лише каналом комунікації, а й простором, де активно відбувається формування, конструювання та публічна презентація особистісної ідентичності. Молодь - найбільш активний користувач цифрових технологій - дедалі частіше осмислює власне «Я» саме через взаємодію в інтернет-просторі. Цей процес розгортається в умовах глобалізованої культури, де інформаційні потоки, візуальні образи та символічні практики визначають способи самовираження й саморепрезентації [7].

Соціальні мережі створюють унікальні можливості для реалізації потреб у визнанні, належності та самоповазі. Через формування профілю, публікації, участь у спільнотах і цифрових дискусіях індивід конструює власний образ, який одночасно є відображенням соціальних очікувань. Унаслідок цього ідентичність набуває динамічного, гібридного характеру-вона змінюється залежно від зворотного зв'язку аудиторії та особливостей віртуальних взаємодій. Такий процес можна вважати новою формою соціалізації, у межах якої культурні коди, естетичні уподобання та ціннісні орієнтири засвоюються не через традиційні інститути (сім'ю, школу, державу), а через цифрові платформи[9].

Водночас соціальні мережі сприяють формуванню колективних ідентичностей, побудованих на спільних інтересах, поглядах та культурних практиках. Молодь об'єднується в тематичні групи, де відбувається обмін символічним капіталом-досвідом, знаннями, емоціями. Такі цифрові спільноти стають простором культурної інтеграції, у якому національні, гендерні чи соціальні відмінності втрачають чіткі межі, поступаючись місцем мережевим формам ідентичності. Як зазначають сучасні дослідники, інтернет-комунікація

створює умови для появи «мережевої людини», для якої належність до онлайн-спільнот є не менш значущою, ніж участь у реальних соціальних інститутах[12].

Однак така відкритість і мінливість мають суперечливий характер. З одного боку, соціальні мережі стимулюють саморозвиток, креативність, цифрову грамотність та формують нові культурні компетентності. З іншого-вони можуть зумовлювати фрагментацію ідентичності, коли молода людина втрачає здатність до автентичного самопізнання, орієнтуючись переважно на «віртуальне схвалення». Ідеалізовані образи, інфлюенсерська культура та алгоритмічні рекомендації створюють стандарти поведінки, які нерідко суперечать реальному «Я», провокуючи внутрішню дисгармонію [15].

Отже, соціальні мережі функціонують як потужне культурне середовище, в якому формується особистісна ідентичність молоді. У контексті сучасної культури вони виконують роль дзеркала соціальних процесів і водночас лабораторії, де виникають нові моделі самосвідомості. Це робить аналіз впливу цифрового середовища надзвичайно важливим для гуманітарних наук, адже саме в мережевому просторі формується особистість нового культурного типу-глобальна, віртуалізована, але водночас глибоко соціальна у своєму прагненні бути поміченою й почутою [18].

У сучасному культурному контексті соціальні мережі є не лише інструментом самовираження, а й механізмом соціокультурного впливу, який визначає характер формування ідентичності молоді. Відповідно до підходів П'єра Бурдьє, культурний капітал, що накопичується в процесі соціалізації, сьогодні значною мірою вибудовується саме в цифровому середовищі. Молоді користувачі соціальних мереж опановують символічні коди цифрової культури: мову мемів, естетику візуального контенту, норми комунікативної поведінки. У результаті формується новий тип ідентичності, що поєднує в собі елементи локальних культур, глобальних трендів та індивідуальних стилів самопрезентації [22].

Разом із тим, соціальні мережі породжують і ризики для цілісності особистісної ідентичності. Залежність від зовнішнього схвалення, постійна необхідність демонструвати успіх, привабливість і соціальну активність спричиняють виникнення феномену «цифрової тривожності». Цей стан проявляється у прагненні підтримувати соціальну видимість, що нерідко призводить до втрати автентичності. Ідентичність у такому контексті стає не стільки результатом внутрішньої рефлексії, скільки продуктом публічного конструювання, де «Я» виступає проєктом, який потребує постійного оновлення.

Позитивний потенціал соціальних мереж полягає у розширенні горизонтів самосвідомості. Молодь отримує можливість брати участь у міжкультурному діалозі, творчій діяльності, громадянських ініціативах. Саме тут проявляється нова форма культурної суб'єктності-цифрова особистість, здатна до саморегуляції, критичного мислення та активної участі в суспільних процесах. У цьому аспекті соціальні мережі можна розглядати як своєрідний «тренажер ідентичності», де молода людина експериментує зі своїми ролями, цінностями й культурними орієнтирами, формуючи власну життєву стратегію.

3.1. Інфлюенсери та блогери як нові «герої часу» і рольові моделі.

У мережевому суспільстві, де традиційні ієрархії влади та джерела інформації (наприклад, інституції, класичні медіа) втрачають свій монопольний вплив, виникає новий тип соціальних авторитетів — інфлюенсери (лідери думок) та блогери. У культурологічному плані вони є «новими героями часу», які замінюють традиційні рольові моделі (батьки, вчителі, політичні діячі) у формуванні ціннісних орієнтацій молоді.

Інфлюенсер (від англ. *influence* – впливати) — це індивід, який завдяки високій довірі аудиторії та здатності створювати привабливий контент має значний вплив на поведінку та думки своїх підписників. Соціальні мережі

(особливо YouTube, Instagram, TikTok) є їхнім основним майданчиком, де вони транслюють не лише інформацію, а й моделі життя.

На відміну від недсяжних «зірок» класичного Голлівуду, інфлюенсери створюють ілюзію автентичності та доступності. Вони діляться буденними, хоч і відредагованими, деталями свого життя, що створює враження «справжньої» людини, якій можна довіряти. Це формує симпатичну культуру (cult of likability), де важливі не професійні досягнення, а особиста чарівність та близькість до аудиторії.

Інфлюенсери виступають як культурні посередники, які інтерпретують глобальні тренди та цінності для своєї аудиторії. Вони можуть впливати на:

- естетичні уподобання: диктування модних стилів, товарів, місць для подорожей;
- соціальні практики: формування поглядів на харчування (зож), екологію, політичні події чи волонтерство (особливо актуально в українському контексті);
- фінансову поведінку: пропаганда певного рівня споживання чи, навпаки, мінімалізму.

Таким чином, для молоді інфлюенсер стає еталоном ідентичності, демонструючи успішну реалізацію себе в умовах мережевого суспільства.

Ефективність впливу блогерів на молодь неможлива без феномену парасоціальних стосунків (Parasocial Relationships). Ця концепція, вперше описана Х'юстон та Воллом у 1956 році для опису стосунків із телевізійними зірками, набула нового значення у цифрову еру. Парасоціальні стосунки — це односторонні, ілюзорні стосунки, що виникають між медіаперсоною (інфлюенсером) та її аудиторією (підписниками).

Ключові характеристики у контексті соціальних мереж:

1. Інтимізація: через постійну публікацію особистого, емоційно забарвленого контенту (влоги, Stories) створюється враження глибокої інтимності.

Підписник відчуває, що знає інфлюенсера на особистому рівні, хоча інфлюенсер не знає підписника.

2. Заміна реального спілкування: у молоді, яка відчуває дефіцит реального спілкування чи соціальної підтримки, парасоціальні стосунки можуть частково замінювати дружні зв'язки. Інфлюенсер стає «віртуальним другом», який дає поради, розважає та підтримує.

3. Емоційна прив'язаність: емоційна інвестиція в життя блогера (радість за його успіхи, співчуття його невдачам) посилює довіру. Ця довіра безпосередньо конвертується у вплив: порада, що стосується стилю життя або продукту, сприймається як рекомендація друга, а не як реклама.

Цей феномен є критично важливим для розуміння того, як цінності та моделі поведінки, які транслуються лідерами думок, безпосередньо інтегруються в ідентичність молоді людини. Імітація стилю, мови та споживацьких звичок інфлюенсера стає способом набуття бажаної ідентичності та приналежності до обраної спільноти.

Таким чином, інфлюенсери та блогери є ключовими акторами цифрової культури, які не лише формують естетичні та споживацькі смаки молоді, але й виступають емоційно значущими рольовими моделями, вплив яких на ідентичність базується на механізмі парасоціальних стосунків.

3.2. Ризики цифрової соціалізації: від кібербулінгу до втрати приватності.

Незважаючи на потенціал соціальних мереж як середовища для самовираження та побудови спільнот, вони одночасно є джерелом значних соціокультурних ризиків, які негативно впливають на психологічний стан та цілісність особистісної ідентичності молоді. Ці ризики безпосередньо пов'язані з анонімністю, глобальністю та незворотністю цифрових слідів.

Ключовим викликом цифрової соціалізації є фундаментальна зміна ставлення до приватності. Мережева культура, заснована на постійній самопрезентації (див. 2.1), стимулює молодь до публікації детальної особистої інформації, що призводить до розмивання традиційних кордонів між сферою публічного та приватного.

1. Професіоналізація приватності. Життя, що перетворюється на безперервний контент, вимагає постійного саморозкриття. Молодь, намагаючись наслідувати інфлюенсерів (3.1) та отримувати соціальне схвалення, часто розкриває інтимні деталі, не усвідомлюючи незворотності цих даних. Цей процес 3. Бауман називав «прозорістю», яка перетворюється на нову форму соціального контролю, де «невидимим» стає той, хто не бере участі в публічній самодемонстрації [32].

2. Цифровий слід та його незворотність. Інформація, розміщена в соціальних мережах, формує «цифровий слід» (digital footprint), який є перманентним і не підвладним повному контролю. Для молоді, ідентичність якої перебуває в стадії становлення і часто змінюється, цей незворотний слід стає потенційною загрозою для майбутньої кар'єри, соціальних зв'язків та репутації. Фактично, «Я-віртуальне» (навіть те, що було створене в минулому) починає диктувати умови для «Я-реального» в майбутньому.

3. Експлуатація даних. Розмивання приватності сприяє комерційній експлуатації особистих даних. Соціальні мережі та алгоритми використовують відкриту інформацію для формування таргетованої реклами, що перетворює ідентичність молоді на об'єкт споживання та маркетингового впливу.

Одним із найбільш агресивних проявів цифрової соціалізації є «культура скасування» (Cancel Culture). Це феномен колективного онлайн-остракізму, спрямований на виключення особистості з публічного простору через її реальні чи сприйняті як неприйнятні дії, висловлювання чи переконання.

Культура скасування є інструментом мережевого соціального контролю. Вона використовує швидкість та анонімність мережі для швидкої мобілізації мас проти індивіда. Це є прикладом «опірної ідентичності» (М. Кастельс), коли спільноти об'єднуються, щоб відкинути те, що вони вважають неприйнятним.

Загроза бути «скасованим» призводить до зростання самоцензури серед молоді. Усвідомлюючи, що будь-яке слово, навіть вирване з контексту або сказане в минулому, може призвести до колективного осуду, молоді люди обмежують своє щире самовираження. Це ускладнює автентичне формування ідентичності (див. 1.1) і замінює її на конформну ідентичність, яка прагне відповідати швидко мінливим нормам мережевого суспільства.

Найбільш деструктивною формою соціального контролю є кібербулінг — систематичне та агресивне переслідування індивіда в цифровому просторі. Кібербулінг, який часто набуває форми образливих коментарів, погроз або поширення компрометуючих матеріалів (доксінг), завдає молоді серйозної психологічної травми. Це прямий напад на «цифрове Я», що може призвести до депресії, тривожності та, у крайніх випадках, до суїцидальних нахилів. Кібербулінг використовує анонімність та відсутність фізичних кордонів, посилюючи почуття беззахисності жертви.

Таким чином, соціальні мережі, будучи місцем конструювання ідентичності, одночасно є ареною жорстких соціальних випробувань. Ризики, пов'язані з втратою приватності, незворотністю цифрового сліду та агресивними формами соціального контролю (культура скасування, кібербулінг), є критичними чинниками, які ускладнюють процес здорової та цілісної цифрової соціалізації молоді.

3.3. Мережеві субкультури та формування групової ідентичності.

Соціальні мережі не лише фрагментують особистісну ідентичність і несуть ризики (як було показано у 3.1 та 3.2), але й надають унікальні можливості для

формування нових, гнучких та свідомо обраних групових ідентичностей через утворення мережових субкультур. У контексті «плинної ідентичності» (З. Бауман), ці субкультури пропонують молоді тимчасові, але важливі «якорі» приналежності та ціннісної орієнтації [33].

Мережеві субкультури — це добровільні спільноти, що формуються навколо спільних інтересів, естетичних уподобань, ідеологічних поглядів чи споживацьких практик, використовуючи специфічні цифрові платформи.

1. Формування на основі естетики та інтересів (Естетики та Фандоми):

у центрі багатьох мережових спільнот лежить спільний естетичний код або фандом (спільнота шанувальників певного медіа-продукту). Такі естетики, як «Dark Academia» (зосереджена на класичній літературі та старовинній архітектурі) чи «Cottagecore» (ідеалізація сільського, простого життя), є яскравими прикладами [10].

- Механізм приналежності: членство у такій субкультурі вимагає засвоєння та публічної демонстрації її візуальних та вербальних символів. Це дає молоді готові шаблони для самопрезентації та відчуття колективної ідентичності, що є способом компенсації втрати приналежності до традиційних соціальних інститутів.

- Проектна ідентичність: мережі також стають середовищем для формування «проектної ідентичності» (М. Кастельс), коли молодь об'єднується для реалізації спільних цілей (наприклад, волонтерські рухи, екологічний активізм), використовуючи хештеги та групи як інструменти швидкої самоорганізації.

2. Територія замінена темою: у мережових спільнотах географічне місце втрачає свою визначальну роль. Спільнота тепер визначається спільною темою (theme), а не спільним місцем (place). Це дає можливість молоді з рідкісними інтересами, незвичними орієнтаціями або специфічними проблемами знайти собі

подібних по всьому світу, що є критично важливим для меншин та тих, хто відчуває ізоляцію в реальному житті [10].

Мережеві субкультури функціонують на перетині глобальних та локальних процесів, що є важливим культурологічним аспектом.

Соціальні мережі сприяють гомогенізації культурних кодів. Естетики та тренди (наприклад, виклики в TikTok) швидко стають універсальними, поширюючись через міжнародних інфлюенсерів. Це призводить до прийняття універсалізованих глобальних ідентичностей (наприклад, ідентичність «цифрового громадянина світу», «успішного підприємця»).

Водночас, мережі виступають інструментом для зміцнення локальної та національної ідентичності. Принцип глокалізації описує, як глобальні форми наповнюються локальним змістом.

У соціальних мережах українська молодь активно використовує меми, національні символи та історичні референси для формування та зміцнення патріотичної та опірної ідентичності. Спільноти, присвячені українському культурному контенту (фільмам, музиці, літературі), є прикладом того, як глобальна технологія використовується для просування та захисту унікальних локальних цінностей і мови, формуючи ідентичність, що протистоїть культурній агресії.

У сучасному цифровому середовищі формування здорової ідентичності молоді постає одним із ключових питань, оскільки швидкість інформаційних потоків, інтенсивність комунікацій та алгоритмічне структурування мережевого простору значно впливають на способи самосприйняття й соціальну поведінку. Цифрові технології створюють нові можливості для розвитку особистості, однак одночасно генерують ризики фрагментації, емоційного виснаження та залежності від зовнішніх оцінок. У такому контексті зростає потреба в дослідженні перспектив формування здорової цифрової ідентичності, здатної забезпечити

психологічну стійкість, критичність мислення, емоційну збалансованість і відповідальну соціальну активність молодого покоління.

Здорову цифрову ідентичність можна визначити як інтегральну структуру самосприйняття, що поєднує автентичність, рефлексивність, стійкість до інформаційного тиску та здатність ефективно взаємодіяти в мережевому середовищі. Її формування потребує усвідомлення специфіки цифрових платформ, розуміння механізмів алгоритмічної видимості та вміння критично аналізувати власний онлайн-досвід. У цьому середовищі суб'єкт повинен не лише репрезентувати себе, а й осмислювати, які фактори впливають на форму цієї репрезентації, які ризики приховує надмірна стимуляція уваги та які можливості відкриваються через участь у цифрових спільнотах.

Одним із провідних напрямів формування здорової ідентичності є розвиток цифрової грамотності. Вона охоплює не лише технічні навички користування платформами, а й здатність розпізнавати маніпулятивні алгоритми, інформаційні викривлення, механізми соціального порівняння та феномени токсичної взаємодії. Цифрова грамотність також передбачає розуміння власних емоційних реакцій, що виникають унаслідок взаємодії з мережею, та вміння регулювати інтенсивність контактів з інформаційним середовищем. На основі таких навичок молодь отримує можливість не тільки ефективно функціонувати у цифровому просторі, а й зберігати внутрішню рівновагу у ситуаціях надмірної медіаактивності.

Не менш важливим завданням є розвиток рефлексивної здатності, що дозволяє молодій людині критично оцінювати власні практики самопрезентації та визначати, наскільки вони відповідають реальним цінностям і життєвим цілям. У цифровому середовищі, де поширене створення ідеалізованих образів, рефлексія сприяє усвідомленню межі між автентичністю та зовнішніми очікуваннями. Це допомагає запобігти формуванню залежної, фрагментованої ідентичності, яка ґрунтується насамперед на реакціях аудиторії, а не на внутрішній системі цінностей.

Важливе значення має також етичний вимір цифрової взаємодії. В умовах поширення мови ворожнечі, кібербулінгу та маніпулятивних контентних практик формування здорової цифрової ідентичності неможливе без вироблення етичної відповідальності та здатності до конструктивної комунікації. Молодь має оволодіти навичками ненасильницького спілкування, вмінням захищати себе від токсичних впливів і підтримувати комфортне комунікативне середовище. Етична грамотність у цифровій сфері сприяє виникненню більш сталих спільнот, у яких взаємоповага та емпатія стають основою соціальних зв'язків.

Особливого значення набуває питання емоційної стійкості. Постійна присутність у мережевому середовищі супроводжується інтенсивними переживаннями, пов'язаними з успіхами, невдачами, порівняннями та зворотним зв'язком аудиторії. Формування здорової цифрової ідентичності передбачає розвиток здатності розпізнавати власні емоції, управляти ними та запобігати надмірному впливу зовнішніх подразників. Емоційна саморегуляція знижує ризик розвитку залежності від соціальних мереж, сприяє психологічній рівновазі та допомагає будувати стабільне уявлення про себе в умовах швидкозмінної інформаційної реальності.

Серед перспектив формування здорової цифрової ідентичності особливо важливе значення має роль освітніх інституцій, які здатні інтегрувати цифрову та медійну грамотність у навчальні програми. Освітнє середовище може забезпечити молоді можливість набуття критичного мислення, аналітичних навичок і розуміння соціокультурних процесів, що відбуваються в мережевому просторі. Водночас педагогічні практики повинні сприяти розвитку емоційної культури, комунікативної компетентності та здатності до саморефлексії.

У значному ступені формування здорової цифрової ідентичності залежить і від соціального контексту. Трансформації, спричинені війною, суспільними змінами та потребою в інформаційній безпеці, посилюють відповідальність молоді за власну онлайн-поведінку. Український досвід засвідчує, що соціальні мережі

можуть стати не лише простором самореалізації, а й інструментом солідарності, громадянської активності та культурної інтеграції. У цьому контексті здорову цифрову ідентичність можна розглядати як чинник стійкості суспільства, здатний забезпечити його когнітивну, емоційну та культурну рівновагу.

Загалом, формування здорової цифрової ідентичності молоді передбачають розвиток цифрової грамотності, емоційної стійкості, етичної культури, критичного мислення та здатності до рефлексії. Ці компоненти забезпечують умови для гармонійного поєднання індивідуальних потреб із вимогами цифрового середовища, сприяють становленню цілісного та адаптивного образу «Я» та допомагають молодому поколінню ефективно функціонувати в умовах мережевої комунікації. Здорова цифрова ідентичність стає важливою передумовою соціальної стабільності та культурного розвитку, визначаючи потенціал молоді до творчості, самореалізації та відповідальної участі в суспільному житті.

Таким чином, мережеві субкультури є важливим механізмом компенсації та самоорганізації для сучасної молоді. Вони забезпечують гнучке, добровільне та ціннісно насичене середовище для формування групової ідентичності, що постійно балансує між універсальними глобальними трендами та унікальною локальною, часто національно-орієнтованою, культурою.

У підсумку до розділу варто наголосити, що цифрова соціалізація є амбівалентним процесом, що несе як значні ризики, так і нові можливості для побудови спільнот.

Інфлюенсери та блогери набули статусу «нових героїв часу», замінюючи традиційні авторитети. Їхній вплив на ціннісні орієнтації молоді базується на парасоціальних стосунках — ілюзорному, але емоційно насиченому зв'язку. Цей механізм довіри дозволяє лідерам думок ефективно транслювати стандарти життя, естетичні уподобання та споживацькі практики, які безпосередньо інтегруються в особистісну ідентичність підписників.

Гіперпублічність соціальних мереж призводить до розмивання кордонів приватності та формування незворотного цифрового сліду, що ставить під загрозу майбутню ідентичність молоді. Найбільш агресивними формами мережевого соціального контролю є кібербулінг та «культура скасування» (Cancel Culture). Загроза колективного остракізму змушує молодь до самоцензури та формування конформної ідентичності, яка прагне відповідати швидко мінливим мережевим нормам.

На противагу ризикам, соціальні мережі є ефективним середовищем для формування мережових субкультур (фандомів, естетик). Ці спільноти, побудовані навколо спільних інтересів чи естетичних кодів, надають молоді необхідне відчуття групової ідентичності та приналежності в умовах втрати традиційних соціальних зв'язків. Було підкреслено, що у цьому процесі ідентичність функціонує на принципах глокалізації, коли глобальні візуальні тренди (естетики) активно використовуються для вираження унікального локального, зокрема національно-орієнтованого, контенту.

Таким чином, формування ідентичності молоді в соціальних мережах є боротьбою за автономію в умовах постійного зовнішнього контролю та впливу. Мережа є одночасно джерелом свободи самовираження та соціальної тривоги, що визначає багатовекторність процесу цифрової соціалізації.

ВИСНОВКИ

У магістерському дослідженні на тему «Соціальні мережі як середовище формування особистісної ідентичності молоді в контексті сучасної культури» було досягнуто поставленої мети — культурологічно осмислено механізми, практики та наслідки конструювання «Я» в умовах мережевого суспільства. Ідентичність постає як складний, багаторівневий феномен, що формується у взаємодії психологічних, соціальних, культурно-історичних факторів. Його формування є процесним і динамічним, а не статичним явищем, оскільки умови соціалізації, культурні контексти та особистісні орієнтації змінюються на різних етапах життя. У наукових підходах ідентичність розглядається як інтегративна структура, що поєднує в собі самосприйняття, самооцінку, соціальні ролі, цінності та життєві стратегії. Наше дослідження підтверджує, що соціальні мережі є не просто технологічним інструментом, а фундаментальним соціокультурним середовищем, яке трансформує саму природу ідентичності.

Сьогодні формування ідентичності молоді відбувається в умовах «плинної сучасності» (З. Бауман), де вона є «рефлексивним проектом» (Е. Гідденс). Соціальні мережі, функціонуючи за логікою «мережевого суспільства» (М. Кастельс), стали ключовим каталізатором цієї плинності. Ідентичність перетворилася зі сталої сутності на гнучкий, ситуативний та перманентно публічний наратив, що перебуває під постійним зовнішнім контролем.

Соціальні мережі стали структурною частиною повсякденного життя молодого покоління, суттєво трансформували традиційні механізми соціалізації. Вони виконують функцію комунікативного середовища, простору для самопрезентації, майданчика для творчої діяльності, інструменту формування соціальних зв'язків. Ці функції визначають їхній вплив на процеси розвитку

ідентичності, оскільки молоді люди активно використовують мережеві платформи для самовираження, пошуку визнання та належності до групи.

Соціальні мережі створюють умови для формування ідентичності через візуальні практики, соціальне порівняння, механізми «лайків» і реакцій, участь в онлайн-спільнотах, алгоритмічні рекомендації. Молоді люди опиняються в ситуації, коли соціальна видимість і публічність стають важливими елементами самооцінки та самосприйняття. У цьому контексті онлайн-платформи можуть сприяти як розвитку впевненості та креативності, так і формувати залежність від оцінок інших, викликати тривогу та сприяти стандартизації поведінки.

Значним є вплив соціальних мереж на процеси групової ідентифікації. Молодь створює та підтримує свою приналежність до різних цифрових спільнот — культурних, творчих, професійних, активістських. Ці спільноти пропонують власні норми, естетику та способи спілкування, які молоді люди інтегрують у свою ідентичність. Таким чином, мережеве середовище стає джерелом альтернативних моделей ідентичності, які часто є більш динамічними та мінливими, ніж традиційні соціальні ролі. Особливої уваги потребує структура взаємодії з інформацією, яка визначається алгоритмами платформ. Вони утворюють «інформаційні бульбашки», в яких закріплюються певні погляди, цінності та моделі поведінки. Це може як підтримувати ідентичність, так і обмежувати її розвиток, оскільки молодь отримує переважно контент, який відповідає вже сформованим інтересам і установкам.

Процес формування ідентичності в соціальних мережах є, насамперед, драматургічним перформансом, де профіль виступає як публічна «сцена», на якій індивід реалізує стратегічне управління враженнями.

- Конструювання «Аватару»: молодь активно створює «Я-віртуальне» — ідеалізований образ, який часто значно відрізняється від «Я-реального». Ця ідеалізація посилюється візуальним поворотом, де естетичні уподобання та

стандарти краси диктуються використанням фільтрів, селфі та візуальних кодів успіху (lifestyle).

- Верифікація через метрики: життєздатність ідентичності залежить від соціального схвалення, вираженого в метриках (лайках, коментарях). Це призводить до екстерналізації самооцінки, роблячи її вразливою до зовнішньої оцінки та провокуючи FOMO (страх втраченої вигоди) — культурну тривогу, що підтримує необхідність постійної публічної присутності.

Соціальні мережі є ареною жорсткої боротьби за соціальне визнання, що породжує значні ризики:

- інфлюенсери стають домінуючими рольовими моделями, чий вплив базується на парасоціальних стосунках — ілюзорній близькості, яка ефективно транслює певні ціннісні та споживацькі орієнтації;
- ідентичність молоді перебуває під загрозою через розмивання кордонів приватності та незворотність цифрового сліду. Найбільш деструктивні механізми соціального контролю — кібербулінг та «культура скасування» — змушують молодь до самоцензури та формування конформної, а не автентичної ідентичності.

Попри ризики, мережі успішно виконують функцію соціалізації, пропонуючи нові форми групової ідентичності:

- мережеві субкультури: молодь гуртується у гнучкі мережеві субкультури (фандоми, естетики), що формуються за принципом спільної теми, а не географічного місця. Це дозволяє компенсувати втрату традиційних соціальних зв'язків.
- глокалізація ідентичності: соціальні мережі демонструють принцип глокалізації, коли глобальні естетичні форми використовуються для вираження та зміцнення локальної та національної ідентичності. У контексті України, мережі стали ключовим інструментом для формування опірної та проєктної ідентичності

(волонтерство, культурна самопрезентація), що свідчить про їхню роль як у захисті, так і у просуванні національних цінностей.

Амбівалентність впливу соціальних мереж проявляється в тому, що вони водночас сприяють збагаченню ідентичності та виникненню ризиків її фрагментації. Позитивний вплив полягає в розширенні можливостей для самореалізації, творчості, спілкування та активної участі в культурному житті. Негативний ефект пов'язаний із залежністю від схвалення, перевантаженням інформацією, внутрішнім порівнянням, появою почуття невідповідності соціальним стандартам. Ці процеси призводять до підвищення емоційної вразливості молоді та необхідності формування стійких механізмів самосвідомості.

Культурне середовище в Україні впливає на формування цифрової ідентичності молоді через поєднання місцевих традицій, національних громадянських цінностей та світових медіа-трендів. Соціальні мережі стають простором не лише особистих, а й суспільно важливих практик — самоідентифікації, солідарності, волонтерства, громадянства.

Таким чином, соціальні мережі є ключовим чинником культурного розвитку, який вимагає від молоді постійної рефлексії, адаптації та свідомого управління своїм цифровим «Я».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ананьїн, В. О., Горлинський, В. В. Суспільство ризику: соціокультурний вимір безпеки. *Multiversum Philosophical Almanac*, 2023. Вип. 2(178). Том 1. С. 34-50.
2. Бахтін, М. До філософії вчинку. *Психологія і суспільство*, 2019. № 1. С. 5-34.
3. Бебик, В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз. Київ: МАУП, 2005. 320 с.
4. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Пер. з фр. В. Ховхун. Київ : Основи, 2004. 230 с.
5. Власенко, Н. А., Зорько, С. В., Сиротич, М. Р. Україна на шляху до інформаційного суспільства: проблеми та здобутки. Київ: НІСД, 1995. Вип.1. 43 с.
6. Вовк, Л. Л. Віртуальні спільноти як чинник соціалізації молоді. Київ: ІТЗН НАПН України, 2012. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/1066/1/віртуальні_спільноти.pdf
7. Волинець, В. Ідентичність особистості та специфіка її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. *Вісник НАКККиМ*, №2, 2021. С. 48-59.
8. Грабовець, І. В., Черноус, Л. С. Цифрова культура і молодь: нові цінності та виклики. 2024. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-389-0-21>
9. Гуревич, Р. С. Цифрова культура молодого покоління: як її формувати? 2024. URL: <https://vspu.net/sit/index.php/sit/article/download/5659/5080/9467>
10. Дубчак, О. Social networks as the factor of desocialization of contemporary youth. *Вісник НАУ. Педагогіка і психологія*, 2024. URL: <https://jrnl.nau.edu.ua/index.php/VisnikPP/article/view/13393>

11. Дяченко, С. В. Соціальні мережі як чинник формування ідентичності молоді. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/20172/4/Дяченко%20С.В.pdf>
12. Зражевська, Н. І. Комунікаційні технології. Черкаси, 2010. 224 с.
13. Кастельс М. Становлення мережевого суспільства / пер. з англ. О. Осерської. Київ : Видавництво «ВІК», 2017. 680 с.
14. Коваленко, О. Соціальні мережі як інструмент формування ідентичності молоді. *Габітус*, №29, 2021, с. 54–59. URL: <http://www.habitus.od.ua/journals/2021/29-2021/9.pdf>
15. Коломієць, В. Ф. Міжнародні інформаційні системи / за ред. В. П. Гондюла. Київ: Київський університет, 2001. 458 с.
16. Кудикіна, Н. В., Ільченко, О. В. Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі. 2022. URL: <https://www.researchgate.net/publication/364634683>
17. Красняк, О. Особливості запровадження соціальної комунікації у період війни: роль і механізми. *Економіка і суспільство*, 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2223>
18. Маклуен М. Розуміння медіа: розширення людини / пер. з англ. А. Олійник. Київ : Ніка-Центр, 2004. 464 с.
19. Міністерство молоді та спорту України. Молодь України – 2021: результати опитування. URL: https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/rezyltmolod2021.pdf
20. Мороз, О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
21. Остапенко, А. О. Цифрова компетентність учнів та педагогів. Київ: ІТЗН НАПН України, 2021. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/712404/1/Методичний_посібник_Остапенко.pdf

22. Пастушенко, Л. Цифрова соціалізація молоді в соціальних мережах. *Наукові записки Острозької академії*, 2023.
URL: <https://naub.oa.edu.ua/tsyfrova-sotsializatsiya-molodi>
23. Сокол, Є. В. Соціальні мережі як чинник формування ціннісних орієнтацій молоді. *Інформаційні технології та соціокультурна сфера*, №3, 2023.
URL: <http://infotech-soccult.knukim.edu.ua/article/view/307017/298593>
24. Тарасенко, І. М. Вплив соціальних комунікацій на формування ідентичності. *Social Development and Communications*, т. 9, №3, 2024.
URL: <https://sdc-journal.com.ua/uk/journals/tom-9-3-2024>
25. Цифрова ідентичність як соціальний феномен у сучасному суспільстві. *APP-Journal*, 2025.
URL: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2025/06/30.pdf>
26. Чекалюк, В. Метамова у цифровому суспільстві: її роль у формуванні іміджів та суспільної свідомості. Київ, 2025. С. 138-153.
27. Шевченко, С. В. Цифрова культура та соціальна взаємодія молоді. *Габітус*, №24 (ч. 2), 2021, с. 138–143.
URL: http://habitus.od.ua/journals/2021/24-2021/part_2/31.pdf
28. A Digital Social Mirror for Identity Development During Adolescence. 2024.
URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-024-05980-z>
29. A Systematic Review of Social Media Use and Adolescent Identity Development. 2024.
URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12084248>
30. Adolescent Identity Construction and Communication in Virtual Spaces. 2025.
URL: <https://ijsshr.in/v8i1/Doc/43.pdf>
31. Arnett, J. *Emerging Adulthood*. Oxford: Oxford University Press, 2020. 180 p.

32. Bauman, Z. Identity. Cambridge: Polity Press, 2021. 320 p.
33. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press, 2000. 280 p.
34. Buckingham, D. Youth, Identity and Digital Media. MIT Press, 2022. 168 p.
35. Castells M. The Rise of the Network Society. *Hoboken* : Wiley-Blackwell, 2010. 600 p.
36. Cooley C. H. Human Nature and the Social Order. University of Chicago Press, 1998. 268 p.
37. Couldry, N., Mejias, U. The Costs of Connection. Stanford University Press, 2020. 180 p.
38. Dave, S. Identity Formation and Difference in Mass Media. 2019. URL: <https://www.eolss.net/sample-chapters/c04/E6-33-02-06.pdf>
39. Erikson E. H. Identity : Youth and Crisis. New York : W. W. Norton & Company, 1968. 336 p. (p. 290)
40. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Stanford : Stanford University Press, 1991. 264 p.
41. Gilster, P. Digital Literacy. Wiley, 2020. 224 p.
42. Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. London : Penguin Classics, 2022. 272 p.
43. Impact of Social Media on Youth Identity and Socialization. 2025. URL: <https://ijfmr.com/papers/2025/2/40369.pdf>
44. Jenkins, H. Convergence Culture. New York: NYU Press, 2022. 180 p.
45. Livingstone, S. The Class: Living and Learning in the Digital Age. NYU Press, 2020. 280 p.
46. Marcia J. E. Identity in Adolescence / Handbook of Adolescent Psychology (Ed. by J. Adelson). New York : John Wiley & Sons, 1980. P. 159-187.

47. Meeus, W., van de Schoot, R., Klimstra, T., Branje, S. Adolescents' Identity Development: Stability and Change. 2021. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9298910/>
48. McLuhan M. Understanding Media : The Extensions of Man. New York : New American Library, 1964. 318 p.
49. Odgers, C. L., Jensen, M. R. Adolescents and Digital Technology. *JCPP*, 2020. URL: <https://acamh.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcpp.13280>
50. Royal Society for Public Health. Status of Mind Report. 2023. URL: <https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>
51. Study on the Impact of Social Media on Adolescent Identity Formation. 2025. URL: <https://www.researchgate.net/publication/392710848>
52. The Effect of Social Media in Identity Formation in Adolescence. 2024. URL: <https://wjarr.com/sites/default/files/WJARR-2024-2685.pdf>
53. The Influence of Social Media Usage on Adolescents' Identity Status. 2021. URL: <https://ijssrr.com/journal/article/view/98>
54. Turkle S. Alone Together : Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York : Basic Books, 2011. 600 p.
55. Twenge, J. iGen. New York: Atria Books, 2017. 352 p.
56. Zhao, S., Grasmuck, S., Martin, J. Identity Construction on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 2008. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563208000607>