

УДК 316.614.5

DOI <https://doi.org/10.32782/2312-8437.53.2024-1.7>

КРАСНЯКОВА Алла – науковий співробітник Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, вул. Андріївська, 15, Київ, Україна, індекс 04070 (akrasnykova@ukr.net)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6584-0068>

ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУЮВАННЯ ТА РЕКОНСТРУЮВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ КІБЕРПОКОЛІННЯ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Новітні цифрові інтернет-технології уможливають конструювання та реконструювання різних моделей ідентичності у віртуальному просторі. **Метою** статті є дослідження особливостей конструювання та реконструювання ідентичності кіберпокоління в інтернет-середовищі. **Методологія.** У роботі здійснено аналіз досліджень вітчизняних та зарубіжних психологів щодо особливостей становлення ідентичності індивіда в інтернет-середовищі. Розглянуто поняття конструювання та реконструювання ідентичності у віртуальному просторі. Конструювання ідентичності у віртуальному просторі визначено як динамічний процес створення індивідом образу «онлайн Я», реконструювання – як вибудовування онлайн-ідентичності, відмінної від реальної, а також як внесення змін до створеного онлайн «образу Я». Узагальнено стратегії і технології конструювання та реконструювання ідентичності кіберпокоління в інтернет-середовищі. Охарактеризовано стратегії конструювання ідеального «образу Я», створення різних облікових профілів, технології компіляції стратегічної самопрезентації, оманливої самопрезентації, самоспостереження. У статті проаналізовано результати емпіричного дослідження особливостей конструювання та реконструювання ідентичності представниками учнівської та студентської молоді. Встановлено: переважна більшість респондентів переконані, що поведінка людини в Інтернеті інша, ніж у реальному житті; ідентифікувати людину в інтернет-середовищі лише за створеним онлайн-образом – проблематично. **Наукова новизна.** Доведено, що опосередкована взаємодія користувачів у віртуальному просторі Інтернету зумовлює стратегії конструювання та реконструювання ідентичності кіберпокоління. **Висновки.** У віртуальному інтернет-середовищі процес конструювання ідентичності більш гнучкий і варіативний. Користувачі мають широке поле для компілювання «онлайн образу Я», його презентації та коригування. Динамічні зміни конфігурації визначальних характеристик користувача, реконструювання онлайн-образу, уможливорює появу варіативної, розмитої, множинної ідентичності у віртуальному просторі, що впливає на становлення та розвиток ідентичності у реальному вимірі.

Ключові слова: конструювання, реконструювання ідентичності, інтернет-середовище, гібридний простір ідентифікації, кіберпокоління

KRASNIAKOVA Alla – Researcher at the Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, 15 Andriivska Str., Kyiv, Ukraine, postal code 04070 (akrasnykova@ukr.net)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6584-0068>

FEATURES OF CONSTRUCTING AND RECONSTRUCTING THE IDENTITY OF THE CYBER GENERATION IN THE INTERNET ENVIRONMENT

The latest digital Internet technologies allows the construction and reconstruction of various identity models in the virtual space.

The **purpose** of the article is to study the features of the construction and reconstruction in the cyber generation's identity in the Internet environment. **Methodology:** The paper analyzes the research of Ukrainian's and foreign's psychologists regarding the peculiarities of the formation of an individual's identity in the Internet environment. The concept of construction and reconstruction of identity in virtual space have been considered. Identity construction in the virtual space is defined

as a dynamic process of creating online self-image by an individual, reconstruction as building online identity different from the real one, and also as making changes to the online self-image created. Strategies and technologies for constructing and reconstructing the identity of the cyber generation in the Internet environment are summarized. The strategies of constructing an ideal "self-image", creating various accounting profiles, technologies of compilation of strategic self-presentation, deceptive self-presentation, and self-observation are characterized. The article analyzes the results of an empirical study of the peculiarities of construction and reconstruction of Internet identity by representatives of school and student youth. Established: the vast majority of respondents are convinced that a person's behavior on the Internet is different than in real life; it is problematic to identify a person in the Internet environment only by the created online image. **Scientific innovation:** the mediated interaction of Internet's users in the virtual space determines the strategies of construction and reconstruction of the identity of the cyber generation.

Conclusions: the process of identity construction is more flexible and variable in the virtual Internet environment. Users have a wide field for creating an "online self-image", its presentation and adjustment. Dynamic changes in the configuration of defining characteristics of the user, reconstruction of the online image, enables the appearance of a variable, blurred, multiple identity in the virtual space, affects the formation and development of identity in the real dimension.

Key words: constructing, reconstructing identity, Internet environment, hybrid identification space, cyber generation.

Постановка проблеми. Процес становлення ідентичності кіберпокоління складний і неоднозначний. Кіберпокоління народилося, зростає і навчається в умовах стрімкого розвитку цифрових інтернет-технологій, що надають можливість експериментувати з власною ідентичністю: створювати нові креативні образи «Я», конструювати нові моделі ідентичності, приміряти їх на себе, «гратися» з образом «Я», розбирати на окремі «пазли», збирати по-новому або відтворювати те, що було. Така варіативність ідентичності, з одного боку, відповідає плюралізації дійсності сучасного глобалізованого світу, в якому допускається співіснування різних ціннісних орієнтацій і смислових структур.

З другого – динамічні зміни ідентичності можуть мати негативні наслідки, адже чим більше «Я-образів» створює індивід, тим складніше зберігати їх зв'язність і послідовність. Структура «Я» у цифрову епоху стає настільки складною, якою не була ніколи раніше. Особа, яка тяжіє до постійних експериментів з ідентичністю у віртуальному просторі Інтернету, з часом може не усвідомлювати належність кожного зі своїх «Я-образів» до єдиного комплексу «Я», не поєднувати створений віртуальний «образ/образи Я» із реальним. Під загрозою опиняються стійкі традиційні моделі ідентичності, загострюється питання множинної ідентичності індивіда, актуалізується проблема визначення особливостей процесу конструювання та реконструювання ідентичності кіберпокоління в інтернет-середовищі.

Аналіз досліджень і публікацій. Вітчизняні і зарубіжні дослідники R. Alsaggaf, L. Varetet-Vojmel, S. Moran and G. Shahar, B. Волинець, I. Зварич, Г. Чуйко, Я. Чапак, А. Краснякова, А. Лучинкіна, Л. Найдьонова, С. Hu, S. Kumar, J. Huang and K. Ratnavelu, M. Pitcan, A. Marwick, and D. Boyd, В. Штанько, Z. Yuan та ін. визнають, що перебування молодого людини у віртуальному просторі впливає на її соціалізацію, формування світогляду, становлення ідентичності, саморозвиток та самореалізацію. *Конструювання ідентичності* розглядається як динамічний процес створення користувачем віртуального образу «Я». Кінцевим результатом пошуку ідентичності у віртуальному вимірі вважають створений користувачем профіль, доступний для аналізу іншим суб'єктам. Сконструйований індивідом профіль з певним набором характеристик визнається іншими користувачами як *інтернет/онлайн ідентичність людини*. (Kim et al., 2011). І хоча відносно концепції інтернет-ідентичності не вщухають наукові дебати, поняття «інтернет-ідентичність», «онлайн-ідентичність», «інтернет-персона» застосовуються науковцями як синонімічні. Інтернет/онлайн ідентичність – це конфігурації визначальних характеристик людини, що допомагають ідентифікувати її у Всесвітній мережі.

Швидкий розвиток інформаційних технологій надає кіберпоколінню різні інструменти для створення онлайн-ідентичності та її презентації в інтернет-просторі. Користувачі можуть конструювати і презентувати свою онлайн-ідентичність вибірково (Hu та ін., 2020), не обов'язково прив'язуючись до офлайн-ідентичності (Hongladarom, 2011), презентувати такий віртуальний

«образ Я», який користувач вважає ідеальним, до якого прагне у своїх мріях (Kim et al., 2011). Слід зазначити, що зарубіжні дослідники приділяють значну увагу аналізу процесу вибудовування онлайн-ідентичності, яка частково або повністю відрізняється від реальної ідентичності і процесу внесення змін до вже створеного віртуального образу «Я». Ці процеси вважають *реконструюванням онлайн-ідентичності* (Hu et al., 2015, 2020; Michikyan et al., 2015; Yuan, 2018; Wright et al., 2018).

Вітчизняні психологи І. Зварич, Г. Чуйко, Я. Чаплак наголошують на тому, що конструювання «образу Я» у віртуальному просторі відрізняється від ідентифікації індивіда у реальному житті і має свої особливості, серед яких: 1) орієнтація не лише на представлення себе, але й створення бажаного враження про себе; 2) символічна ідентифікація, коли створений віртуальний образ позначає людину, проте не визначає її; 3) створення «онлайн образу Я», який є симулякром – імітує реальну ідентичність, демонструє те, що насправді не існує, хоча є бажаним; 4) часто віртуальна ідентичність множинна – складається з кількох/багатьох образів Я, що об'єктивно не є взаємодоповнюючими, а змінюються залежно від аудиторії «френдів»; 5) в тій чи іншій мірі інтернет-ідентичність не відповідає реальній ідентифікації (Чаплак, Зварич, Чуйко, 2021, с. 21).

Мета статті визначити особливості конструювання та реконструювання ідентичності кіберпокоління в інтернет-середовищі.

Виклад основного матеріалу. Конструювання ідентичності у реальному вимірі, як відомо, залежить від меж, що встановлює для себе людина (етнічних, професійних, статевих, сексуальних, соціальних), а також від того, які соціальні ролі вона уособлює у взаємодії з іншими. У віртуальному просторі умови ідентифікації змінюються. Конструювання «онлайн-Я» відбувається в процесі визначення власних соціальних кордонів реального і віртуального простору, меж взаємодії з іншими, визначення ліній публічного і приватного життя, часу технологічного і соціального буття у локальному та глобальному онлайн-середовищі. І в реальному, і у віртуальному вимірі, ідентичність є соціальною характеристикою, що формується у взаємодії соціальних суб'єктів, у т. ч. в онлайн-спільнотах, на веб-сайтах, чатах, у соціальних мережах тощо. Аналіз існуючих досліджень становлення ідентичності у віртуальному просторі дозволив нам визначити деякі *стратегії і технології конструювання та реконструювання ідентичності в інтернет-середовищі, зокрема:*

– стратегію *конструювання ідеального «образу Я»*. У рамках реалізації цієї стратегії користувачі розміщують в інтернет-просторі тільки позитивну інформацію про себе. Для цього застосовують технологію *стратегічної самопрезентації* – компілюють лише позитивні риси в ідеальному образі «Я». Як правило провідним мотивом стратегічної самопрезентації стає «керування враженням інших» (Bareket-Vojmel et al., 2016). Частіше компелювання використовують люди з низьким соціально-економічним статусом, які нерідко намагаються вигадати в інтернет-просторі кращий імідж (Pitcan et al., 2018). Популярність стратегії конструювання ідеального «образу онлайн Я» можна пояснити тим, що люди, які компілюють про себе тільки позитивну інформацію на сайтах соціальних мереж, отримують вищий рівень щастя, незалежно від рівня їхньої самооцінки (Yuan et al., 2018). Також позитивний ефект користувач отримує від реконструкції існуючого в інтернеті-профілю, якщо внесення змін підсилює позитивні риси образу «Я». Доведено, що це впливає на психологічне благополуччя, зокрема збільшує рівень самосприйняття, покращує загальне задоволення собою (Hu et al., 2020).

Проте існує й інша точка зору. Так, на думку В. Волинець, конструювання «ідеального образу Я» за допомогою технології компілювання ідеального образу «онлайн Я» має не тільки позитивні наслідки для людини, а й супроводжується великою спокусою спотворення реального «Я». За «рахунок меншої кількості ресурсів, які витрачаються на самореалізацію, перед індивідом відкривається бажання надмірного занурення у віртуальний простір і «проживання» життєвих криз в онлайн образі» (Волинець, 2021, с. 33).

Конструювання позитивного/ідеального «Я» в інтернет-середовищі нерідко здійснюється за допомогою *технології оманливої* (нереальної, фальшивої, фальсифікованої) *самопрезентації*. Намагаючись «приховати небажане і представити «можливе ідеальне Я», про яке мріє» (Kang et al., 2019), особа надає недостовірну інформацію про свій вік, зріст, вагу, зовнішність, професію, особисті досягнення, зміщуючи акцент у бік «бажаного «Я». При цьому фізична відстороненість від аудиторії в інтернет-просторі, можливість контролю за розміщенням

інформації про себе на власній сторінці у соціальних мережах, утворення декількох профілів, полегшує приховування, фальсифікацію, підробку особистісних характеристик. (Gil-Or et al., 2015; Jackson and Luchner 2018; Wright et al., 2018). Дослідження зв'язку між реконструкцією онлайн-ідентичності та різними факторами, такими як добробут (Kim and Lee, 2011; Jang et al., 2018), почуття ідентичності, самооцінка (Kim and Baek, 2014; Gil-Or et al., 2015) показали, що люди з низьким рівнем самооцінки частіше представляють себе в іншому образі; користувачі з вищим рівнем самооцінки – у віртуальному просторі відтворюють власну реальну ідентичність (Wright et al., 2018). Відтворення інтернет-ідентичності, що контрастує з реальною ідентичністю особистості, обумовлюється відсутністю можливостей втілення граней власного «Я» у реальному житті. Саме нестача способів і засобів здобуття автентичності у реальному соціальному середовищі, спонукає молоду людину до компенсації рис у віртуальному просторі Всесвітньої мережі (Волинець, 2021).

Розповсюдженою серед учнівської і студентської молоді є *стратегія конструювання різних профілів*. Користувачі створюють декілька образів у віртуальному просторі Інтернету. Усвідомлення того, що в інтернет-просторі менше нагляду дорослих, дозволяє кіберпокоління активно експериментувати з новими цінностями, ідеями, моральними нормами, моделями поведінки, вдаючи себе кимось іншим. З огляду на те, що кіберпокоління здатне генерувати нові креативні ідеї, створювати онлайн «Я» за допомогою різноманітних інтернет-технологій, загроза утворення розмитої, невиразної, прихованої ідентичності стає цілком реальною. З метою кращого розуміння різних аспектів себе молоді люди використовують технологію *самодослідження*, приміряючи на себе різні образи, визначають ким хочуть бути. Частіше до самодослідження залучаються підлітки, які все ще мають сумніви щодо своєї ідентичності (Michikyan et al., 2015). Утворення декілька різних образів, наприклад, створення декількох сторінок у різних соціальних мережах, обумовлює появу множинної ідентичності і може провокувати кризу ідентичності (Alsaggaf, 2019).

Результати наших попередніх досліджень особливостей самоідентифікації і самопрезентації особистості в інтернет-просторі показали, що взаємодія різних соціальних суб'єктів в інтернет-середовищі впливає на самоідентифікацію молодої людини, її поведінку в Інтернеті; конструювання образу «Я» в онлайн-просторі відбувається різними шляхами: а) утворенням образу, який віддзеркалює реальне «Я»; б) створенням віртуальної моделі «Я», відмінної, інколи протилежної до існуючої ідентичності; в) конструюванням гібридного профілю, який частково відрізняється від реально існуючої ідентичності особистості і поєднує реальні риси особистості та нові. В процесі реконструювання образу «онлайн «Я» особа компілює бажані риси, приховує небажані (Краснякова 2016, 2018, 2021).

Узагальнюючи результати наявних досліджень ми сформулювали припущення: процес конструювання та реконструювання ідентичності кіберпокоління в інтернет-середовищі залежить від: а) рівня доступу користувача до Інтернету; б) ставлення індивіда до Всесвітньої мережі; в) характеру взаємодії користувачів в інтернет-середовищі; г) моделі поведінки у віртуальному просторі. З метою визначення особливостей конструювання та реконструювання ідентичності користувачами Інтернету у 2023 р. провели емпіричне дослідження серед учнівської та студентської молоді. (Опитувальник із застосуванням Гугл Форми, було розроблено співробітниками лабораторії психології політичної поведінки молоді ІСПП НАПН України). У дослідженні брали участь 795 респондентів, віком від 18 до 30 років. За результатами дослідження виявилось, що кожний третій респондент має середній рівень доступу до інтернету, а 3% опитаних – недостатній. Недостатній рівень доступу до інтернету виявлено у селах, селищах міського типу, монофункціональних та малих містах Дніпропетровської, Чернігівської, Вінницької, Житомирської областей. Ми пояснюємо це об'єктивними причинами, пов'язаними з війною. Переважна більшість респондентів – 86,3% зазначили, що Інтернет сьогодні є «важливою частиною їхнього життя», і «майже єдиним засобом отримання інформації і комунікації зі світом».

Учасники опитування констатували той факт, що взаємодія з друзями, в онлайн-спільнотах з «френдами», однокласниками із закладу вищої освіти, однокласниками, і навіть членами їхньої родини, з часів карантинних засобів і особливо під час війни, відбувається здебільше опосередковано у віртуальному просторі. Завдяки цифровим технологіям у віртуальному інтернет-просторі опосередковано діють реальні суб'єкти (рідні, друзі, однокласники, однокласники) і на перетині реального і віртуального, утворюється єдиний гібридний соціальний

простір взаємодії, в якому і розгортається сьогодні процес ідентифікації кіберпокоління. Цікавим є той факт, що віртуальний соціальний простір для молоді людини не є впливовим і значущим: 71,5% опитаних не відчувають тісний зв'язок із друзями в Інтернеті, не звертають уваги на їх поведінку в Інтернеті; 75,6% – «не аналізують коменти «френдів» з Інтернету і їх хвилюють скільки лайків поставлять». Причиною низької значущості, цінності відголосу інтернет-спільноти, з нашої точки зору, є *опосередкований характер* взаємодії у віртуальному просторі, а також те, що у кожного користувача є можливість утворювати свій віртуальний соціальний простір взаємодії, автономно коригувати його кордони та інтенсивність комунікації.

Представники учнівської молоді відчувають суперечливі емоції і висловлюють амбівалентні думки щодо автентичності створених онлайн-образів. 79,7% респондентів припускають, що «профіль людини в інтернеті може бути лише маскою, за якою можна сховатися», разом 67,8% респондентів переконані: «у власному профілі користувач подає справжню інформацію про себе». З одного боку, більшість опитуваних 84,5% вважають, що «нік, аватар, сторінки у соціальних мережах, які користувач створює сам, певною мірою характеризують його як людину, допомагають іншим ідентифікувати користувача», з другого – 77,6% респондентів визнають, що «зі сторінки у соціальних мережах не завжди можливо зрозуміти, якою людиною є насправді». 76,3% визнають, що «користувачі, створюють багато профілів під різними ніками, аватарами тому, що воліють заховатися або розчинитися в інтернет-просторі», і зауважують, що «самі мають по декілька сторінок у різних соціальних мережах під різними «нікнеймами».

Амбівалентність думок, може бути спричинена бажанням молоді людини укритися в Інтернеті від реальності сьогодення, і підсилитися прагненням уникнути складнощів у взаємодії зі значущими «іншими». Ускладнення взаємодії із соціальним оточенням, часткова або повна відмова від спілкування, комунікації в Інтернеті, у тому числі з об'єктивних обставин, так чи так гальмує процеси соціалізації, ідентифікації, розвитку молоді людини, уможливує виникнення *соціальної ізоляції*. Наслідками соціальної ізоляції стає небажання спілкуватися в офлайн і онлайн-режимі, послаблення емоційних реакцій, відчуження людини від інших, групи, суспільства. Соціальна ізоляція може стати особливо небезпечною для молоді людини під час війни та у повоєнний час, враховуючи складні умови сьогодення і травматичні наслідки подій.

Несподіваним виявився результат щодо поведінкових стратегій, які застосовують представники учнівської та студентської молоді в Інтернеті: лише 8,1% (65 осіб із 795) впевнені, що «людина поводить себе в інтернеті так, як і в реальному житті і конструює свій онлайн-образ відповідно існуючому у реальному житті», 68,2% вважають, що «поведінка людини в Інтернеті інша, ніж у реальному житті і конструювання «образу Я», відмінного чи протилежного існуючому, а також його реконструювання (внесення змін), цілком прийнятні».

Підсумовуючи результати опитування зазначимо:

– нове покоління демонструє ставлення до Всесвітньої мережі Інтернет як до важливої частини життя, адже «під час війни Інтернет є чи не єдиним засобом отримання інформації та комунікації зі світом»;

– процес ідентифікації кіберпокоління розгортається у гібридному соціальному середовищі, яке утворюється реально існуючими суб'єктами у віртуальному просторі; на процес ідентифікації, конструювання та реконструювання ідентичності молоді людини у віртуальному просторі, впливає опосередкована взаємодія з іншими користувачами Інтернету. При цьому, кожний користувач сам встановлює соціальні кордони і визначає значущість опосередкованої взаємодії. Рівень цінності опосередкованої взаємодії пов'язаний з рівнем довіри до інтернет-спільноти, зокрема «друзів», точніше до створених ними онлайн-образів;

– представники кіберпокоління добре усвідомлюють, що у віртуальному середовищі за допомогою новітніх інтернет-технологій можна оперативніше і автономно створити та реконструювати будь-який «образ», однак ідентифікувати користувача у віртуальному просторі тільки за онлайн-образом – проблематично;

– 68,2% представників учнівської молоді – учасників дослідження впевнені, що «поведінка людини в інтернеті інша, ніж у реальному житті».

Висновки. У віртуальному інтернет-середовищі, на відміну від реального соціального середовища, процес конструювання ідентичності більш гнучкий і варіативний. Користувачі мають широке поле для компілювання «онлайн образу Я», його презентації та автономного коригування. Конструювання інтернет-ідентичності індивіда відбувається в процесі опосередкованої

взаємодії користувачів. Опосередкована взаємодія обумовлює впевненість молоді в тому, що «поведінка людини в Інтернеті інша, ніж у реальному житті». Динамічні зміни конфігурації характеристик ідентичності, реконструювання образу «онлайн Я» уможлиблює появу варіативної, розмитої, множинної ідентичності користувача у реальному вимірі.

Перспективним напрямком наукових розвідок, на нашу думку могли б стати дослідження мотивів компіляції «онлайн-ідентичності» представниками кіберпокоління.

Література

- Волинець В. О.** Ідентичність особистості та специфіка її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал.* 2021. № 2. С. 31–36.
- Зварич І. М., Чуйко Г. В., Чаплак Я. В.** Віртуальна ідентифікація сучасної людини. *Психологічний журнал.* 2021. № 7(2). С. 9–24. <https://doi.org/10.31108/1.2021.7.2.1>.
- Краснякова А. О.** Інтернет як інноваційний агент впливу розвитку ідентичності кіберпокоління. *Проблеми розвитку ідентичності особистості в освітньому просторі* : Матеріали круглого столу 20 жовтня 2022 року: Збірник матеріалів. Київ, 2022. 78 с. С. 22–27. (електронне видання). URL: https://fb119580-ec2e-486e-9f42-f5558b7bc0ac.filesusr.com/ugd/7c05ac_3d0e5e81027144c6bc5ff40902a33cf8.pdf.
- Краснякова А. О.** Інтернет-середовище як новий соціальний простір самопрезентації особистості. *Наукові студії із соціальної та політичної психології.* Київ, 2016. Вип. 38 (41). 306 с. С. 291–303.
- Краснякова А. О.** Мережа Інтернет як комунікативний простір національної та громадянської самоідентифікації кіберпокоління. *Проблеми політичної психології.* Київ, 2018. Вип. 7 (21). 192 с. С. 174–184 URL: <https://politpsy.org/index.php/pop/article/view/15/12>.
- Лучинкіна А. І.** Типологія віртуальних ідентичностей особистості. *Вісник післядипломної освіти.* 2012. Вип. 8. С. 226–231.
- Штанько В. І.** Віртуальний комунікативний простір і проблеми самоідентифікації особистості. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія : Теорія культури і філософія науки.* 2012. № 1029(1), Вип. 47. С. 5–12.
- Alsaggaf R. M.** Saudi women's identities on facebook: context collapse, judgement, and the imagined audience. *Electron. J. Inf. Syst. Dev. Countr.* 2019. 85:e12070. doi: 10.1002/isd2.12070.
- Bareket-Bojmel L., Moran S., and Shahar G.** Strategic self-presentation on facebook: personal motives and audience response to online behavior. *Comput. Hum. Behav.* 2016. 55, 788–795. doi: 10.1016/j.chb.2015.10.033.
- Burke M., Marlow C., & Lento T.** Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*, 2010. P. 1909–1912.
- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., and Turel, O.** (2015). The “facebook-self”: characteristics and psychological predictors of false self-presentation on facebook. *Front. Psychol.* 6:99. doi: 10.3389/fpsyg.2015.00099.
- Hongladarom S.** Personal identity and the self in the online and offline world. *Minds Mach.* 2011. 21, 533–548. doi: 10.1007/s11023-011-9255-x.
- Hu C., Kumar S., Huang J., and Ratnavelu K.** The predictors of users' satisfaction in an anonymous environment: the role of the negative true self. *Behav. Inform. Technol.* 2020. 39, 213–225. doi: 10.1080/0144929X.2019.1597165.
- Jackson C. A., Luchner A. F.** Self-presentation mediates the relationship between self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personal. Individ. Differ.* 2018. 133, 1–6. doi: 10.1016/j.paid.2017.04.052.
- Jang W., Bucy E. P., Cho J.** Self-esteem moderates the influence of self-presentation style on facebook users' sense of subjective well-being. *Comput. Hum. Behav.* 2018. 85, 190–199. doi: 10.1016/j.chb.2018.03.044.
- Kang J., Wei L.** Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (a.k.a., fake instagram). *Soc. Sci. J.* 2019. doi: 10.1016/j.soscij.2018.12.005 (in press).
- Kim J., Lee J.-E. R.** The facebook paths to happiness: effects of the number of facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 2011. 14, 359–364. doi: 10.1089/cyber.2010.0374.
- Kim Y., Baek Y. M.** When is selective self-presentation effective? An investigation of the moderation effects of “self-esteem” and “social trust”. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 2014. 17, 697–701. doi: 10.1089/cyber.2014.0321.
- Michikyan M., Dennis J., Subrahmanyam K.** Can you guess who i am? Real, ideal, and false self-presentation on facebook among emerging adults. *Emerg. Adulthood* 3, 2015. 55–64. doi: 10.1177/2167696814532442.
- Pitcan M., Marwick A. E., Boyd D.** Performing a vanilla self: respectability politics, social class, and the digital world. *J. Comput. Mediat. Commun.* 2018. 23, 163–179. doi: 10.1093/jcmc/zmy008.
- Wright E. J., White K. M., Obst P. L.** Facebook false self-presentation behaviors and negative mental health. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 2018. 21, 40–49. doi: 10.1089/cyber.2016.0647.
- Yuan Z.** Exploring Chinese college students' construction of online identity on the sina microblog. *Discourse Context Med.* 2018. 26, 43–51. doi: 10.1016/j.dcm.2018.02.001.

References

- Volynets, V. (2021). Identychnist osobystosti ta spetsyfika yii samoprezentatsii u virtualnomu komunikatyvnomu prostori [Identity of personality and specificity of its self-presentation in virtual communicative space] *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystestv: nauk. Zhurnal – National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 2, pp. 31–36 [in Ukrainian].
- Zvarych, I., Chuyko, H., & Chaplak, Y. (2021). Virtualna identyfikatsiia suchasnoi liudyny [Virtual identification of modern people]. *Psykhologichnyi zhurnal – Psychological journal*, 7 (2), 9–24. <https://doi.org/10.31108/1.2021.7.2.1> [in Ukrainian].
- Krasnyakova, A. (2022). Internet yak innovatsiyni ahent vplyvu rozvytku identychnosti kiberpokolinnia [The Internet as an innovative agent influencing the development of the identity of the cyber generation]. *Materialy kruhloho stolu 20 zhovtnia 2022 roku – Materials of the round table on October 20, 2022*. Kyiv. 78 p. pp. 22–27. (electronic edition). Retrieved from://fb119580-ec2e-486e-9f42-f5558b7bc0ac.filesusr.com/ugd/7c05ac_3d0e5e81027144c6bc5ff40902a33cf8.pdf [in Ukrainian].
- Krasnyakova, A. (2016). Internet-seredovyshe yak novyi sotsialnyi prostir samoprezentatsii osobystosti [The Internet environment as a new social space for self-presentation of the individual]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykhologii – Scientific studies in social and political psychology*. Kyiv. Vol. 38 (41). 306 p. pp. 291–303 [in Ukrainian].
- Krasnyakova, A. (2018). Merezha Internet yak komunikatyvnyi prostir natsionalnoi ta hromadianskoi samoidentyfikatsii kiberpokolinnia [The Internet network as a communicative space of national and civil self-identification of the cyber generation]. *Problemy politychnoi psykhologii – Problems of political psychology*. Kyiv. Issue 7 (21). 192 p. pp. 174–184. <https://politpsy.org/index.php/popp/article/view/15/12> [in Ukrainian].
- Luchynkina, A. I. (2012). Typolohiia virtualnykh identychnostei sobystosti [Typology of virtual identities of identity]. *Visnyk pislidyploinoi osvity*, 8, pp. 226–231 [in Ukrainian].
- Shtanjko, V. (2012). Virtualnyi komunikatyvnyi prostir i problemy samoidentyfikatsii osobystosti [Virtual communicative space and problems of self-identification]. *Visnyk KhNU im. V.N. Karazina*, 1029(1), 47, pp. 5–12 [in Ukrainian].
- Alsaggaf, R. M. (2019). Saudi women’s identities on facebook: context collapse, judgement, and the imagined audience. *Electron. J. Inf. Syst. Dev. Countr.* 85:e12070. doi: 10.1002/isd2.12070.
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., & Shahar, G. (2016). Strategic self-presentation on facebook: personal motives and audience response to online behavior. *Comput. Hum. Behav.* 55, 788–795. doi: 10.1016/j.chb.2015.10.033.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems, P. 1909–1912.
- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., & Turel, O. (2015). The “facebook-self”: characteristics and psychological predictors of false self-presentation on facebook. *Front. Psychol.* 6:99. doi: 10.3389/fpsyg.2015.00099.
- Hongladarom, S. (2011). Personal identity and the self in the online and offline world. *Minds Mach.* 21, 533–548. doi: 10.1007/s11023-011-9255-x.
- Hu, C., Kumar, S., Huang, J., & Ratnavelu, K. (2020). The predictors of users’ satisfaction in an anonymous environment: the role of the negative true self. *Behav. Inform. Technol.* 39, 213–225. doi: 10.1080/0144929X.2019.1597165.
- Jackson, C. A., & Luchner, A. F. (2018). Self-presentation mediates the relationship between self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personal. Individ. Differ.* 133, 1–6. doi: 10.1016/j.paid.2017.04.052.
- Jang, W., Bucy, E.P., & Cho, J. (2018). Self-esteem moderates the influence of self-presentation style on facebook users’ sense of subjective well-being. *Comput. Hum. Behav.* 85, 190–199. doi: 10.1016/j.chb.2018.03.044.
- Kang, J., & Wei, L. (2019). Let me be at my funniest: Instagram users’ motivations for using Finsta (a.k.a., fake instagram). *Soc. Sci. J.* doi: 10.1016/j.soscij.2018.12.005 (in press).
- Kim, J., & Lee, J.-E. R. (2011). The facebook paths to happiness: effects of the number of facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 14, 359–364. doi: 10.1089/cyber.2010.0374.
- Kim, Y., & Baek, Y. M. (2014). When is selective self-presentation effective? An investigation of the moderation effects of “self-esteem” and “social trust”. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 17, 697–701. doi: 10.1089/cyber.2014.0321/
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who i am? Real, ideal, and false self-presentation on facebook among emerging adults. *Emerg. Adulthood* 3, 55–64. doi: 10.1177/2167696814532442.
- Pitcan, M., Marwick, A.E., & Boyd, D. (2018). Performing a vanilla self: respectability politics, social class, and the digital world. *J. Comput. Mediat. Commun.* 23, 163–179. doi: 10.1093/jcmc/zmy008.
- Wright, E. J., White, K. M., & Obst, P. L. (2018). Facebook false self-presentation behaviors and negative mental health. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.* 21, 40–49. doi: 10.1089/cyber.2016.0647.
- Yuan, Z. (2018). Exploring Chinese college students’ construction of online identity on the sina microblog. *Discourse Context Med.* 26, 43–51. doi: 10.1016/j.dcm.2018.02.001.