

**Розділ III. КУЛЬТУРА ТА СУСПІЛЬСТВО.
КУЛЬТУРА ПРОФЕСІЙНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ**

**Part III. CULTURE AND SOCIETY.
CULTURE OF PROFESSIONAL SPHERE OF ACTIVITY**

УДК 477.085

ЦИФРОВА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН ПОСТМОДЕРНУ

Олена ХАЇНСЬКА – доктор культурології, професор, професор кафедри туризму та готельного-ресторанного бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ
<http://orcid.org/0000-0003-4985-0359>
<http://doi.org/10.35619/ucpmk.52.1183>
Elen_d@i.ua

Цитування:

Хаїнська О. Цифрова ідентичність як культурний феномен постмодерну. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2026. № 52. С. 490-496. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.52.1183>

Здійснено теоретичний аналіз феномена цифрової ідентичності в контексті сучасного мережевого суспільства. Розглянуто ключові характеристики цифрової ідентичності, зокрема її медіальність, конструйованість, фрагментарність, публічність і перформативність. Теоретичною основою дослідження стали концепції самопрезентації Ервінга Гофмана, перформативності ідентичності Джудіт Батлер та теорія мережевого суспільства Мануеля Кастельса, а також сучасні підходи Дана Бойд, Шеррі Теркл та Нік Колдрі. Обґрунтовано розуміння цифрової ідентичності як динамічного процесу, що формується на перетині індивідуальних практик і структурних умов цифрових медіа. Зроблено висновок про необхідність комплексного підходу до аналізу цифрової ідентичності в умовах платформної культури.

Ключові слова: цифрова ідентичність; самопрезентація; перформативність; мережеве суспільство; соціальні медіа платформи.

Постановка проблеми та актуальність теми. У сучасному суспільстві цифрові технології радикально змінюють способи комунікації, самопрезентації та формування особистості. Соціальні мережі та онлайн-платформи створюють нові простори для взаємодії, у межах яких ідентичність постає не як фіксована сутність, а динамічний і процесуальний феномен. У добу постмодерну ідентичність перестає бути стабільною, цілісною та раз і назавжди заданою. Цифрові технології, соціальні мережі та віртуальні простори спричиняють радикальну трансформацію способів самопрезентації та саморозуміння людини. Цифрова ідентичність постає не як відображення «реального Я», а як культурна конструкція, що формується в умовах фрагментарності, симуляції та множинності. У цьому контексті поняття цифрової ідентичності набуває особливої актуальності та може бути осмислене кризь призму класичних і сучасних соціальних теорій.

Аналіз останніх публікацій. Проблематика цифрової ідентичності активно розробляється в межах міждисциплінарних досліджень, що поєднують філософію, соціологію, культурологію та психологію. Теоретичне осмислення цієї проблематики спирається як на класичні концепції ідентичності та самопрезентації, так і сучасні підходи, спрямовані на аналіз цифрових медіа та мережевих комунікацій. В українській науковій традиції спостерігається зростання зацікавленості проблемами цифрової ідентичності та цифрових практик. Зокрема, В. Волинець, в одній із своїх робіт аналізує сутність поняття «реальна ідентичність» і «віртуальна ідентичність», розглядаються чинники конструювання людиною віртуальної ідентичності, показується як віртуальна реальність надає можливості самовираження та розкриття особистісного потенціалу [2]. Цікавою є стаття Гончар Л., в якій досліджується особливості використання медіа і цифрових технологій в контексті поширення національної ідентичності та посилення патріотичних настроїв та згуртованості української молоді. В роботі розглядається контент, котрий відноситься до національної ідентичності. Тут предметно аналізуються освітні відео та пости про історію України, мовні виклики, спрямовані на популяризацію української мови, освітні стріми та подкасти, присвячені російсько-українській війні, українській культурі. Конкретно розглядаються можливості використання цифрових

освітніх платформ у поширенні української національної ідентичності [3]. Безперечно, цікавою і теоретично добре аргументованою є стаття Гончарової А. «Елементи цифрової ідентичності» [4]. Авторка виходить із того, що важливим є аналіз процесу ідентифікації особи як учасника цивільних правовідносин у сучасному цифровому світі. Тут мова йде про те, що стрімкий розвиток сучасних цифрових технологій потребує переосмислення та доопрацювання юридичної термінології, і водночас акцентується увага на тому, що поняття цифрової ідентичності є актуальним та складним для сучасних концептуально-правових вимірів. І незважаючи на те, що робота має переважно юридично-правовий нахил, однак осмислення феномену цифрової ідентифікації саме в такому розрізі є надзвичайно продуктивним для науки. Цікавою є теоретична розробка Г. Бондаренко «Сучасні форми ідентичності в Україні: трансформації, чинники впливу» [1]. Авторка робить надзвичайно цікавий аналіз трансформації, що відбулись в ідентифікаційних практиках сучасної України, і особливо важливо те, що ці процеси досліджується в контексті Революції гідності та військових подій на сході України. Ідентифікаційні практики розглядаються як складові процесів національного самоусвідомлення населення, що також у сучасних умовах є значимим. Фундаментальним сучасним дослідженням проблеми ідентичності є стаття О. Довганика «Концептуалізація соціокультурного феномену ідентичності в теоріях дослідників ХХ-ХХІ століття», опублікована в науковому збірнику «Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку» (2025 р.) [6]. Автор відштовхується від добре розроблених сучасних інтелектуальних підходів при постановці і розв'язанні проблеми ідентичності. Ґрунтовно досліджується само поняття «ідентичність» в епоху модерну та постмодерну. Аргументовано показується, що основними соціокультурними компонентами формування ідентичності є традиції, норми, ритуали, знаки, символи, комунікація, а також розкривається взаємозв'язок між різними типами колективних ідентичностей у межах певного соціокультурного простору. Необхідно зазначити, що значна кількість українських монографій, наукових статей, колективних праць торкається цих проблем у передовсім культуро-комунікаційному вимірі. Водночас, попри значну кількість досліджень, проблема цифрової ідентичності залишається відкритою для подальшого аналізу, зокрема в контексті конкретних платформ, локальних культурних середовищ та щоденних практик користувачів. Це зумовлює актуальність подальшого теоретичного осмислення та емпіричного вивчення цифрової ідентичності як складного і динамічного соціального феномена.

У зарубіжних дослідженнях проблематика ідентичності в соціальному контексті пов'язана з працями Ервінга Гофмана [5], який запропонував драматургічну модель соціальної взаємодії. Вагомий внесок у розуміння ідентичності як процесу зробила Джудіт Батлер [9], яка розробила концепцію перформативності. Хоча її дослідження зосереджувалися, передусім, на гендерній ідентичності, ідея про те, що ідентичність формується через повторювані дії, була широко адаптована для аналізу цифрових практик.

Соціально-структурний вимір проблеми цифрової ідентичності представлений у працях Мануеля Кастельса [7], який аналізує трансформації ідентичності в умовах мережевого суспільства. Він розглядає ідентичність як джерело смислу, що формується в контексті глобальних інформаційних потоків і цифрових мереж. Його концепція є однією з ключових для осмислення медіальності та публічності цифрової ідентичності. Серед сучасних дослідників особливе місце посідає Дана Бойд [8], яка зосереджується на соціальних мережах і молодіжних цифрових практиках. Вона вводить поняття «контекстного колапсу», що описує ситуацію одночасної присутності різних аудиторій у соціальних медіа, та аналізує вплив цієї ситуації на формування ідентичності. Її роботи є важливими для розуміння фрагментарності та аудиторної залежності цифрової самопрезентації. Психологічні аспекти цифрової ідентичності розкриваються у працях Шеррі Теркл [11], яка досліджує вплив цифрових технологій на самосприйняття, міжособистісні стосунки та емоційний досвід. Вона звертає увагу на напругу між публічною самопрезентацією та внутрішнім переживанням ідентичності, що є особливо актуальним у контексті соціальних мереж. Соціокультурний і медіатеоретичний підхід до проблеми представлений у працях Ніл Колдрі [10], який аналізує цифрові практики як форму символічної влади медіа. Він розглядає участь у цифрових ритуалах як спосіб набуття соціальної видимості та включення в публічний простір, що безпосередньо пов'язано з перформативним характером цифрової ідентичності.

Метою статті є теоретичне осмислення цифрової ідентичності як багатовимірного соціокультурного феномена, що формується в умовах мережевого суспільства та платформної медіареальності.

Методологічну основу дослідження становить комплекс теоретичних підходів, що дозволяють розглядати цифрову ідентичність як соціокультурний і медіально зумовлений феномен. Дослідження має теоретико-аналітичний характер і ґрунтується на поєднанні соціально-філософського, медіатеоретичного та інтерпретативного підходів. Ключовим методологічним орієнтиром є **інтерпретативна парадигма**, в межах якої ідентичність розглядається не як об'єктивно задана сутність, а як процес конструювання

сміслів у соціальній взаємодії. Такий підхід дозволяє аналізувати цифрову ідентичність через практики самопрезентації, комунікації та символічної взаємодії в мережевому середовищі.

Наукова новизна дослідження полягає в інтеграції класичних теорій ідентичності (Е. Гофман, Дж. Батлер) із сучасними медіатеоретичними підходами (М. Кастельс, Д. Бойд, Ш. Теркл, Н. Колдрі) для формування цілісної аналітичної моделі цифрової ідентичності. У статті обґрунтовано розуміння цифрової ідентичності як медіально зумовленого, перформативного та фрагментарного процесу, що відтворюється через щоденні цифрові практики. Запропонований підхід дозволяє подолати фрагментарність наявних досліджень і поєднати макро- та мікрорівні аналізу цифрової ідентичності. Таким чином, методологічна основа дослідження має **синтетичний характер** і поєднує мікрорівень повсякденних цифрових практик із макрорівнем соціальних і медіаструктур. Це забезпечує цілісне теоретичне осмислення цифрової ідентичності в умовах платформної культури.

Виклад основного матеріалу. У сучасному суспільстві цифрові технології стали невід'ємною частиною повсякденного життя людини. Соціальні мережі, онлайн-платформи, месенджери та інші цифрові середовища не лише забезпечують комунікацію, а й формують нові способи самопрезентації та саморозуміння. У цьому контексті дедалі більшого значення набуває поняття цифрової ідентичності, яке описує сукупність уявлень, образів і практик, за допомогою яких індивід представляє себе в цифровому просторі. Цифрова ідентичність не є сталою або однозначною – вона динамічна, багатовимірною та залежна від технологічних і соціокультурних умов. Її можна охарактеризувати через кілька ключових рис: медіальність, конструйованість, фрагментарність, публічність і перформативність.

Першою визначальною рисою цифрової ідентичності є *медіальність*. Вона означає, що ідентичність існує та проявляється виключно або переважно через цифрові медіа та платформи. На відміну від офлайн-ідентичності, що формується через безпосередню взаємодію, цифрова ідентичність опосередковується технічними засобами – інтерфейсами соціальних мереж, алгоритмами, форматами контенту. У цьому аспекті доречно звернутися до концепції мережевого суспільства, розробленої М. Кастельсом. На його думку, сучасна соціальна реальність організована навколо інформаційних потоків і цифрових мереж, які визначають не лише економічні чи політичні процеси, а й способи формування ідентичності. Вчений визначає ідентичність як ключове джерело смислу в умовах глобальних мереж: «Ідентичність є процесом конструювання смислу на основі культурних атрибутів, яким надається пріоритет над іншими джерелами значення» [7; 22]. У цифровому середовищі ідентичність більше не формується лише в межах локальних спільнот або традиційних соціальних інститутів. Вона стає залежною від медіа інфраструктури, алгоритмів і форматів комунікації, які пропонують платформи. Таким чином, медіальність означає, що цифрова ідентичність є продуктом взаємодії людини з технологічними структурами, які опосередковують самовираження та соціальне визнання. У цифровому середовищі ці процеси відбуваються в умовах постійної публічної видимості. Кастельс підкреслює роль комунікаційних мереж: «У мережевому суспільстві влада ідентичності реалізується через контроль над потоками інформації та комунікації» [7; 425]. Це пояснює, чому цифрова ідентичність є водночас особистим проєктом і результатом впливу платформ, алгоритмів та аудиторій.

Цифрові платформи задають рамки того як саме людина може себе репрезентувати: через текст, зображення, відео, аудіо, реакції чи емодзі. Наприклад, Instagram орієнтований на візуальну презентацію, TikTok – на короткі відеоформати, а LinkedIn – на професійну самопрезентацію. Таким чином, сама структура медіа впливає на те, які риси ідентичності стають видимими, а які – маргіналізуються або залишаються прихованими.

Медіальність також передбачає залежність ідентичності від технічної стабільності та доступності платформ. Зміни в алгоритмах, правилах користування або навіть закриття сервісів можуть безпосередньо впливати на спосіб існування цифрової ідентичності, що робить її вразливою та нестабільною.

Другою важливою рисою є *конструйованість* цифрової ідентичності. На відміну від уявлення про ідентичність як про щось природне або дане від народження, цифрова ідентичність значною мірою є результатом свідомого або напівсвідомого конструювання. Конструйованість цифрової ідентичності тісно пов'язана з ідеями Ервінга Гофмана, викладеними в його драматургічній теорії соціальної взаємодії. Гофман розглядав соціальне життя як своєрідну виставу, в якій індивіди виконують ролі, намагаючись справити певне враження на інших. Гофман зазначає: «Індивід у своїй діяльності перед іншими прагне контролювати враження, яке він на них справляє» [5; 32]. Цифрове середовище значно розширює можливості такого контролю: користувач може редагувати контент, видаляти небажані дописи, ретельно добирати візуальні та текстові елементи самопрезентації. У результаті цифрова ідентичність постає як спроектований образ, що підтримується постійною роботою над власною видимістю. У цьому сенсі цифрові платформи можна розглядати як нові «сцени», де користувачі ретельно формують свій образ для уявної або реальної аудиторії. Вибір фотографій, описів профілю, тем дописів і стилю комунікації є

елементами керування враженням. Цифрова ідентичність постає як результат постійного редагування та корекції, спрямованих на підтримку бажаного образу. На відміну від офлайн-взаємодії, цифрове середовище надає більше можливостей для контролю самопрезентації, що посилює конструйований характер ідентичності. Користувачі самі обирають, які фотографії публікувати, які події свого життя демонструвати, які думки озвучувати та який стиль комунікації використовувати. Цей процес конструювання часто пов'язаний з прагненням відповідати певним соціальним очікуванням або нормам платформи. Люди можуть підкреслювати успіх, креативність, активність, привабливість, водночас приховуючи вразливість, невдачі чи суперечливі риси. Таким чином, цифрова ідентичність нерідко набуває ідеалізованого характеру, що може відрізнятись від повсякденного досвіду людини.

Важливо зазначити, що конструйованість не завжди є повністю усвідомленою. Алгоритми, реакції аудиторії (лайки, коментарі, підписки) та популярні тренди поступово формують поведінку користувача, впливаючи на те, який контент він створює і який образ підтримує.

Наступною характеристикою цифрової ідентичності є *фрагментарність*, яка полягає в існуванні кількох версій «я» залежно від платформи, контексту взаємодії та очікувань аудиторії. У цифровому середовищі особистість не часто постає як цілісна й уніфікована: натомість вона розщеплюється на множину образів, кожен з яких актуалізується у відповідному соціальному просторі. Одна й та сама людина може демонструвати стриманий, професійний і нормативний образ у LinkedIn, емоційний або візуально-орієнтований – в Instagram, іронічний, політично загострений чи анонімний – у Twitter, Reddit або Discord. Ці образи не є випадковими, а формуються відповідно до платформної логіки, технічних обмежень та соціальних очікувань конкретної мережевої спільноти.

Така множинність ідентичностей має глибокі теоретичні витоки. Ще Ервінг Гофман у своїй драматургічній концепції соціальної взаємодії наголошував, що «одна й та сама особа може виконувати різні ролі залежно від аудиторії та ситуації» [5; 85]. У традиційному офлайн-суспільстві ці ролі були відносно розмежовані просторово й часово: професійне життя, приватне спілкування, дозволя або родинні стосунки існували у різних соціальних контекстах. Цифрові медіа радикально змінюють цю ситуацію, стираючи кордони між сферами та ускладнюючи контроль над самопрезентацією.

У цьому сенсі важливою є концепція мережевого суспільства М. Кастельса, який описує сучасну ідентичність як гнучку, динамічну та проектну. На його думку, індивід у цифрову епоху змушений постійно конструювати себе у відповідь на змінні соціальні, економічні та культурні умови, використовуючи доступні комунікаційні платформи як інструменти самовираження. Фрагментарність стає не відхиленням, а нормою існування в умовах мережевої логіки, де ідентичність функціонує як набір взаємопов'язаних, але не тотожних ролей.

Сучасна дослідниця цифрових культур Д. Бойд доповнює це розуміння, вводячи поняття «контекстного колапсу», яке описує ситуацію, коли різні аудиторії – професійні, приватні, родинні, випадкові – перетинаються в одному цифровому просторі [8]. У таких умовах користувач змушений або шукати компромісну версію себе, або підтримувати паралельні акаунти, профілі й комунікативні стратегії. Саме це посилює фрагментарність ідентичності, оскільки кожна платформа вимагає іншого стилю мовлення, візуальної мови та ціннісних акцентів.

Фрагментарність цифрової ідентичності, з одного боку, відображає багатовимірність сучасної особистості, її здатність до адаптації та креативного самовираження. Множинні ідентичності дозволяють індивіду експериментувати з ролями, досліджувати різні аспекти власного «я» та знаходити спільноти за інтересами, які можуть бути недоступними в офлайн-просторі. Анонімні або напіванонімні платформи часто стають простором для висловлення маргіналізованих думок, емоцій або досвіду, що не знаходять прийняття в домінуючих соціальних контекстах. Водночас фрагментарність несе в собі й низку проблемних аспектів. Підтримка кількох ідентичностей потребує постійного самоконтролю, рефлексії та когнітивних зусиль. Індивід змушений уважно стежити за тим, який контент і для якої аудиторії він публікує, аби уникнути небажаних перетинів. Помилки або «витоки» інформації з однієї платформи в іншу можуть призводити до соціальних конфліктів, репутаційних втрат або навіть професійних санкцій. У цьому контексті цифрова ідентичність стає не лише простором свободи, а й джерелом напруження та тривоги.

У ширшому філософському сенсі фрагментарність цифрової ідентичності свідчить про трансформацію уявлення про цілісне «Я». Якщо в модерній культурі ідентичність часто мислилася як стабільна, послідовна та внутрішньо узгоджена, то в цифрову епоху вона дедалі більше постає як процес, що перебуває в постійному русі. Ідентичність стає контекстуальною, змінною та залежною від медіаінфраструктур, у межах яких вона формується. Таким чином, фрагментарність є не лише характеристикою цифрової ідентичності, а й симптомом глибших соціокультурних змін, що визначають досвід сучасної людини в умовах мережевого суспільства.

Четвертою важливою рисою цифрової ідентичності є *публічність*, тісно пов'язана зі стиранням межі між приватним і публічним просторами. У цифровому середовищі традиційні уявлення про інтимність, особисту сферу та приватне життя зазнають суттєвої трансформації. Те, що раніше належало до сфери особистих переживань, родинних стосунків або внутрішніх емоційних станів, дедалі частіше виноситься у публічний простір і стає предметом колективного спостереження, коментування та оцінювання.

Соціальні мережі та цифрові платформи за своєю логікою заохочують користувачів ділитися особистим досвідом, думками, почуттями та повсякденними подіями. Особисте життя перетворюється на контент, який має бути візуально привабливим, емоційно насиченим і здатним привернути увагу аудиторії. У таких умовах публічність перестає бути винятком або особливою формою самопрезентації – вона стає нормативним режимом існування цифрової ідентичності.

Розмивання меж між приватним і публічним не є лише індивідуальним вибором користувачів, а значною мірою зумовлене структурними особливостями цифрових платформ. Алгоритмічні механізми, економіка уваги та культура постійної видимості формують середовище, у якому відкритість і регулярна саморепрезентація стають умовами соціальної значущості. Відсутність активності або небажання ділитися особистим може призводити до зниження видимості, символічного «виключення» або втрати соціального капіталу.

М. Кастельс, аналізуючи структуру мережевого суспільства, наголошує, що «влада ідентичності реалізується через контроль над потоками інформації та комунікації» [7; 425]. У цифрову епоху бути публічно представленим означає бути включеним у ці потоки, мати можливість впливати на наративи та брати участь у символічному виробництві значень. Публічність стає ресурсом, який дозволяє індивіду не лише репрезентувати себе, а й конструювати власну позицію в соціальному просторі.

У цьому контексті цифрова публічність є амбівалентною. З одного боку, вона відкриває можливості для самовираження, соціальної мобілізації та формування нових форм солідарності. З іншого боку, вона передбачає постійну доступність, спостережуваність і потенційну вразливість. Особисте життя стає частиною публічного дискурсу, а контроль над ним дедалі більше переходить від індивіда до платформ та аудиторій.

Американська дослідниця Шеррі Теркл звертає увагу на психологічні наслідки зростаючої публічності в цифровому середовищі. Вона зазначає, що соціальні медіа стимулюють постійну самопрезентацію, водночас змінюючи способи переживання близькості, самотності та міжособистісних зв'язків [11]. Індивід дедалі частіше переживає себе через реакції інших — лайки, коментарі, перегляди – що формує залежність від зовнішнього підтвердження власної значущості.

У такій ситуації публічність стає не лише соціальним, а й емоційним режимом існування ідентичності. Самооцінка, відчуття успіху або невдачі дедалі частіше прив'язуються до цифрових метрик, які виступають своєрідними індикаторами соціального схвалення. Водночас відбувається парадоксальне поєднання відкритості та ізольованості: індивід постійно перебуває на зв'язку, але може відчувати глибоку самотність.

Водночас, публічність цифрової ідентичності має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, вона сприяє формуванню спільнот за інтересами, досвідом або ідентичнісними ознаками. Публічне проговорення особистих переживань – таких як психологічні труднощі, хвороби, дискримінація чи травматичний досвід – може створювати простір для взаємної підтримки, солідарності та колективного осмислення проблем.

З іншого боку, надмірна відкритість може призводити до втрати приватності, психологічного виснаження та постійного тиску очікувань аудиторії. Індивід змушений підтримувати певний образ, відповідати заданому наративу та реагувати на публічну увагу, навіть коли це суперечить його внутрішнім потребам. У цьому сенсі публічність перетворюється на форму символічного примусу.

Особливої уваги заслуговує асиметричний характер цифрової публічності. Опублікований контент може зберігатися протягом тривалого часу, бути репостованим або використаним у нових контекстах, значно виходячи за межі первинної аудиторії. Це ускладнює контроль над власною цифровою ідентичністю та посилює відповідальність за кожен акт самопрезентації.

Останньою, але не менш важливою рисою цифрової ідентичності є *перформативність*, яку доцільно аналізувати через концепцію Джудіт Батлер. Вона стверджує, що ідентичність не є сталою сутністю, а формується через повторювані дії та практики: «Ідентичність є результатом повторюваних дій, які з часом створюють ілюзію стабільної сутності» [9; 191]. У цьому підході ідентичність постає не як внутрішня даність, а як процес постійного відтворення.

У цифровому просторі такими повторюваними діями стають пости, лайки, коментарі, репости, участь у флешмобах, трендах та онлайн-дискусіях. Через їх регулярне здійснення індивід не лише виражає себе, а й відтворює власну ідентичність, підтверджуючи її як для себе, так і для інших. Кожна цифрова дія має символічне значення і впливає на те, як формується публічний образ користувача.

Британський соціолог Нік Колдрі пропонує розглядати ці практики як форму медійних ритуалів, у межах яких відбувається символічне виробництво соціальної значущості [10]. Участь у цифрових ритуалах – лайк, коментар, репост – стає способом заявити про свою присутність і входження у соціальний простір. Відмова від участі, навпаки, може означати невидимість або маргіналізацію.

Таким чином, перформативність цифрової ідентичності тісно пов'язана з владою медіа та алгоритмів, які визначають, які дії будуть помітними, а які – ні. Ідентичність формується не лише через самовираження, а й через відповідність правилам платформної гри.

Перформативність підкреслює процесуальний характер цифрової ідентичності. Вона не є раз і назавжди сформованою, а постійно оновлюється в процесі взаємодії з іншими користувачами та технологічними середовищами. Кожна дія стає частиною публічного нарративу та впливає на соціальне сприйняття особи. У цьому сенсі цифрова ідентичність постає як динамічний процес, у якому індивід одночасно є автором і виконавцем власного образу. Він не лише конструює нарратив про себе, а й постійно «грає» його перед аудиторією, адаптуючись до змінних умов цифрового середовища.

Висновки. Отже, цифрова ідентичність є складним соціокультурним феноменом, що формується на перетині технологій, комунікації та самопрезентації. Її медіальність, конструйованість, фрагментарність, публічність і перформативність свідчать про глибокі трансформації у способах осмислення особистості в цифрову епоху. Загалом цифрову ідентичність можна охарактеризувати як **динамічний, контекстуальний і медіа-зумовлений конструкт**, що формується на перетині особистісних стратегій, соціальних очікувань і технологічних умов. Вона відображає глибші трансформації сучасного суспільства, пов'язані з цифровізацією, медіатизацією та зміною уявлень про цілісність і стабільність «Я». Отримані висновки створюють теоретичне підґрунтя для подальшого аналізу цифрових практик, механізмів самопрезентації та впливу цифрових медіа на формування ідентичності в сучасному соціальному просторі.

Список використаної літератури:

1. Бондаренко Г. Сучасні форми ідентичності в Україні: трансформації, чинники впливу. *Сучасні проблеми національно-культурної ідентичності: регіональний вимір*. Зб. наук. ст. за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. (24–25 верес. 2020 року). Полтава, 2020.
2. Волинець В. О. Ідентичність особистості та специфіка її самопрезентації у віртуальному комунікативному просторі. *Вісник Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. наук. журн.* 2021. № 2.
3. Гончар Л. Роль медіа та цифрових технологій у поширенні національної ідентичності української молоді. *Утвердження української національної ідентичності в умовах воєнного стану: стратегічні орієнтири та інноваційні практики*. Івано-Франківськ, 2025.
4. Гончарова А. В. Елементи цифрової ідентичності. *Наук. вісник Уж НУ*. 2024. Серія ПРАВО. Вип. 83. Ч. 1.
5. Гофман Е. Представлення себе іншим у повсякденному житті / пер. з англ. Харків : КСД, 2000. 304 с.
6. Довганик О. Концептуалізація соціокультурного феномену ідентичності в теоріях дослідників ХХ-ХХІ століття. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*: наук. зб. Вип. 51. Рівне : РДГУ, 2025.
7. Кастельс М. Становлення суспільства мереж / пер. з англ. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 640 с.
8. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven : Yale University Press, 2014. 256 p.
9. Butler J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York : Routledge, 1990. 272 p.
10. Couldry N. Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge : Polity Press, 2012. 311 p.
11. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York : Basic Books, 2011. 384 p.

References

1. Bondarenko H. Suchasni formy identychnosti v Ukraini: transformatsii, chynnyky vplyvu. Cuchasni problemy natsionalno-kulturnoi identychnosti: rehionalnyi vymir. Zb. nauk. st. za materialamy Vseukr. nauk.-prakt. konf. (24–25 veres. 2020 roku). Poltava, 2020.
2. Volynets V. O. Identychnist osobystosti ta spetsyfika yii samoprezentatsii u virtualnomu komunikatyvnomu prostori. Visnyk Nats. akad. kerivnykh kadriv kultury i mystetstv. nauk. zhurn. 2021. № 2.

3. Honchar L. Rol media ta tsyfrovyykh tekhnolohii u poshyrenni natsionalnoi identychnosti ukrainскоi molodi. Utverdzhennia ukrainскоi natsionalnoi identychnosti v umovakh voiennoho stanu: stratehichni oriientyry ta innovatsiini praktyky. Ivano-Frankivsk, 2025.
4. Honcharova A. V. Elementy tsyfrovoy identychnosti. Nauk. visnyk Uzh NU. 2024. Serii PRAVO. Vyp. 83. Ch. 1.
5. Hofman E. Predstavleniia sebe inshym u povsiakdennomu zhytti / per. z anhl. Kharkiv : KSD, 2000. 304 s.
6. Dovhanyk O. Kontseptualizatsiia sotsiokulturnoho fenomenu identychnosti v teoriakh doslidnykiv KhKh-KhKhI stolittia. Ukrainська kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku: nauk. zb. Vyp. 51. Rivne : RDHU, 2025.
7. Kastels M. Stanovlennia suspilstva merezh / per. z anhl. Kyiv : Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2010. 640 s.
8. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven : Yale University Press, 2014. 256 p.
9. Butler J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York : Routledge, 1990. 272 p.
10. Couldry N. Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge : Polity Press, 2012. 311 p.
11. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York : Basic Books, 2011. 384 p.

UDC: 477.085

DIGITAL IDENTITY AS A POSTMODERN CULTURAL PHENOMENON

Olena KHAINSKA – Doctor of Cultural Studies, Professor, Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business Kyiv National University of Technologies and Design

The purpose of this article is to provide a theoretical understanding of digital identity as a multidimensional sociocultural phenomenon that is formed in the context of network society and platform media reality.

The methodological basis of the study is a set of theoretical approaches that allow digital identity to be viewed as a sociocultural and media-determined phenomenon. The study is theoretical and analytical in nature and is based on a combination of socio-philosophical, media-theoretical, and interpretative approaches. The key methodological guideline is the interpretative paradigm, within which identity is viewed not as an objectively given essence, but as a process of constructing meanings in social interaction. This approach allows us to analyze digital identity through the practices of self-presentation, communication, and symbolic interaction in the network environment.

The scientific novelty of the study lies in the integration of classical theories of identity (E. Goffman, J. Butler) with contemporary media-theoretical approaches (M. Castells, D. Boyd, S. Turkle, N. Coldry) to form a comprehensive analytical model of digital identity. The article substantiates the understanding of digital identity as a medially conditioned, performative, and fragmentary process that is reproduced through everyday digital practices. The proposed approach allows overcoming the fragmentation of existing studies and combining macro- and micro-levels of digital identity analysis. Thus, the methodological basis of the study is synthetic in nature and combines the micro level of everyday digital practices with the macro level of social and media structures. This provides a holistic theoretical understanding of digital identity in the context of platform culture.

Conclusions. Thus, digital identity is a complex sociocultural phenomenon formed at the intersection of technology, communication, and self-presentation. Its mediality, constructability, fragmentarity, publicity, and performativity testify to profound transformations in the ways of understanding personality in the digital age. In general, digital identity can be characterized as a dynamic, contextual, and media-driven construct that is formed at the intersection of personal strategies, social expectations, and technological conditions. It reflects deeper transformations in contemporary society related to digitalization, mediatization, and changing perceptions of the integrity and stability of the «I». The conclusions obtained provide a theoretical basis for further analysis of digital practices, mechanisms of self-presentation, and the influence of digital media on the formation of identity in the modern social space.

Key words: digital identity; self-presentation; performativity; network society; social media platforms.

Стаття отримана 20.02.2026

Стаття прийнята 19.03.2026

Стаття опублікована 28.05.2026