

правоохоронних органів України в забезпеченні життєстійкості та національної ідентичності особистості в суспільному вимірі; «як виховати в собі українця?»; пам'ятники, пам'ятки, топоніми:

Закон про деколонізацію та його вплив на національну свідомість;

фотопроект «Мати – це весь світ, що був і буде» як символ утвердження стійкості та прояв глибинної ідентичності в українській культурі;

проект «Повна скриня»: утвердження української ідентичності у взаємодії бізнесу, освіти, науки та громадськості; юридичні терміноконструкти як форми правової визначеності щодо національної ідентичності в законодавстві України; українська мова та культура як маркери «свій» / «чужий»;

«національна ідентичність назавжди, чи це право треба відвойовувати кожному поколінню?»; підтримка життєстійкості жителів Полтавської громади психологічною службою міста; зміцнення стійкості через цілющу силу символу.

Таким чином, питання життєстійкості та національної ідентичності молоді потребують особливої уваги в умовах воєнного часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Діденко О., Яланська С. Національно-патріотичне виховання молоді в закладах освіти України: психологічні аспекти // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія. 2024 С. 102-106. URL: https://www.psych.vernadskyjournals.in.ua/journal/4_2024/18.pdf
2. Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2023, № 46, ст. 116. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2834-20>

ПРОБЛЕМА ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ТИПІВ ОНЛАЙН-ІДЕНТИЧНОСТІ

Дорошенко І.С.

Дослідження українських (І.М. Зварич, Г.В. Чуйко, Я.В. Чаплак, А.О. Краснякова та інші) та зарубіжних авторів (B. van der Sloot, B. Seibel, S. Hongladarom, M. Back та інші) демонструють велике різноманіття засобів конструювання ідентичності користувача мережі Інтернет та міри відповідності віртуального Я реальному Я. З одного боку, у літературі ми бачимо те, як засоби соціальних мереж, такі як дописи, гештеги, лайки, історії та інші можуть слугувати проєкцією реального Я в Інтернеті [3,6]. З другого, Інтернет може забезпечувати анонімність користувача, прихованого за вигадливим нікнеймом та картинкою, що дозволяє йому чи їй виражати свої погляди, які в «реалі» можуть спричинити осуд чи репресії [4]. З третього, віртуальні світи стають місцем народження та існування суто віртуальних істот – аватарів [7].

Таке різноманіття описаних у літературі варіантів ідентифікації в мережі підводить до необхідності диференціації типів онлайн-ідентичності. Проте, наскільки нам відомо з опрацьованої літератури, спроб побудувати таку типологію було здійснено небагато [1, 2, 5]. Далі ми наведемо відомі нам типології онлайн-ідентичності та проведемо їх порівняння.

L. Koh-Herlong в ході індивідуальних інтерв'ю з дев'ятьма студентами віком від 18 до 21 років виявила, що вони диференціюють чотири типи онлайн-ідентичності. Відмітимо, що критерії диференціації, обрані респондентами, можна схарактеризувати як: співвідношення реальної і онлайн-ідентичності; і мотивація створення онлайн-ідентичності. Отже, досліджувані виділили такі типи онлайн-ідентичності [5]:

- «*справжня*» («*real*») – коли самопредставлення в Інтернеті відповідає тому, ким людина є насправді;
- «*бажана*» («*desired*») – включає в себе такі риси, які користувач хотів би

бачити в собі; іншими словами – це проєкція образу ідеального Я;

- *«покращена» («enchanced»)* онлайн-ідентичність створюється з метою сформуванню в інших людей необхідне уявлення про себе (соціальне Я) через перебільшення одних якостей або применшення інших (наприклад, публікування фотографій себе в дорогому одязі, із коштовними аксесуарами, в елітному авто з метою створити в інших враження про себе, як про заможну людину);
- *«оманлива» («deceptive»)* – коли користувач навмисно створює несправжню онлайн-ідентичність та бреше про свою реальну ідентичність, часто з метою нанести шкоду іншим користувачам.

А.О. Краснякова виділила три шляхи створення образу Я у віртуальному світі, які теж можна взяти за основу типологізації. Зауважимо, що в подальшому аналізі ця типологія виявилась найбільш узагальнюючою [2]:

- *«реальна ідентичність»* – копіювання реальної ідентичності людини (її відображення в Інтернет-просторі);
- *«віртуальна ідентичність»* – відмінна від реальної чи альтернативна їй;
- *«гібридна ідентичність»* – поєднання реальної та віртуальної ідентичностей (за Дж. Сулером).

І.М. Зварич, Г.В. Чуйко та Я.В. Чаплак пропонують розрізнити 5 типів віртуальної ідентифікації людини за ступенем присутності в ній реального образу Я [1]:

- *«реальна ідентифікація в Мережі»;*
- *«частково реальна ідентифікація»* характеризується схильністю давати про себе обмежену частину справжньої інформації;
- *«псевдореальна ідентифікація»* – намагання видати бажане за дійсне, презентація ідеального чи ідеалізованого Я;
- *«цілком віртуальна, fantasy- або симулякр ідентифікації»* – свідоме і послідовне створення неіснуючого в реальності персонажа з очевидними казково-фентезійними рисами);
- *«віртуальна, fantasy-ідентифікація з елементами множинності».*

Хоча формально наведені типологізації спираються на різні критерії (мотивація створення онлайн-ідентичності, шляхи створення онлайн-ідентичності, ступінь присутності в онлайн-ідентичності реального образу Я), очевидно, що деякі із запропонованих типів є тотожними. Так, у всіх вищенаведених розробках присутні типи, що відображають реальне Я користувача, а також його дещо покращену версію та повністю відмінну від реальності онлайн-ідентичність. Нашу спробу провести паралелі між трьома типологіями наведено в таблиці 1.

Проте з таблиці 1 видно, що цілком ототожнити ці три типологізації ми не можемо, оскільки відмінності у виборі критерію диференціації все ж сприяли виділенню авторами деяких унікальних типів, які викликають інтерес. До прикладу, типи «бажаний» і «покращений» (за L. Koh-Herlong) можна включити до «псевдореальної ідентифікації» (за І.М. Зваричем та іншими), оскільки є відображенням реального Я із певними модифікаціями. Проте, ці два типи відрізняють між собою за мотивацією користувача – реалізувати своє ідеальне Я або сформувати певний образ соціального Я, відповідно. Інший приклад: І.М. Зварич та інші виділяють «цілком віртуальну ідентифікацію», яка хоч і є навмисно несправжньою, як «оманлива» ідентичність (за L. Koh-Herlong), але не використовується зі злочинних мотивів, як остання. Водночас, поняття «віртуальна ідентичність» (за А.О. Красняковою) поєднує в собі як «оманливу», так і «цілком віртуальну ідентифікацію».

<i>Автор(и)</i>	А.О. Краснякова [2]	L. Koh-Herlong [5]	І.М. Зварич, Г.В. Чуйко, Я.В. Чаплак [1]
<i>Критерій (критерії) диференціації</i>	Шлях створення онлайн-ідентичності	Мотивація створення онлайн ідентичності та ступінь присутність у ній реального образу Я	Ступінь присутності в онлайн-ідентичності реального образу Я

<i>Типи онлайн-ідентичності</i>	Реальна ідентичність	Справжня	Реальна ідентифікація в мережі
			Частково реальна ідентифікація
	Гібридна ідентичність	Бажана	Псевдореальна ідентифікація
		Покращена	
	Віртуальна ідентичність	Оманлива	-
		-	Цілком віртуальна, fantasy- або симулякр ідентифікації
		-	Віртуальна, fantasy- ідентифікація з елементами множинності

Таблиця 1. Порівняння типів онлайн ідентичності

Висновок. У ході аналізу наукової літератури було виявлено високу розробленість проблеми засобів конструювання онлайн-ідентичності, її варіанти та відмінності від реального Я. Разом з тим, ми виявили, що досить невелика кількість авторів зробила спробу систематизації знань про онлайн-ідентичність у типології онлайн-ідентичностей. Нами було викладено відомі нам три типології онлайн-ідентичності, проведено аналіз спільного та відмінного у них. Так, відомі нам типології побудовані на різних критеріях диференціації: шлях створення онлайн-ідентичності, мотивація створення онлайн-ідентичності та ступінь присутності в онлайн-ідентичності реального образу Я. Хоча вони і містять деякі подібні типи (відображення реального Я; цілком віртуальне Я; та їхнє поєднання), через відмінності в критерії диференціації вони пропонують власні унікальні типи онлайн-ідентичності та різний рівень їх узагальнення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Зварич І., Чуйко Г., Чаплак Я. Віртуальна ідентифікація сучасної людини. *Psychological journal*. 2021. Vol. 7, no. 2. P. 9–24.
- 2) Краснякова А. Мережа інтернет як комунікативний простір національної та громадянської самоідентифікації кіберпокоління. *Проблеми політичної психології*. 2018. Т. 21. С. 174–184.
- 3) Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization / M. D. Back та ін. *Psychological Science*. 2010. Т. 21, № 3. С. 372–374.
- 4) Hongladarom S. Personal Identity and the Self in the Online and Offline World. *Minds and Machines*. 2011. Vol. 21, no. 4. P. 533–548.
- 5) Koh-Herlong L. High School Graduates' Perspectives on the Creation of Online Identities. 2015.
- 6) Seibel B. Insta-Identity : the Construction of Identity through Instagram an Extended Literature Review : thesis for the degree of Bachelor of Arts (B.A.) in Communication Studies and University Honors. 2019.
- 7) van der Sloot B. Virtual Identity and Virtual Privacy: Towards a Concept of Regulation by Analogy. *eGov Präsenz*. 2011. Vol. 1. P. 41–43.

ВПЛИВ СТАТЕВОГО ВИХОВАННЯ НА ЖИТТЄСТІЙКІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Ємеліна Я.В.

Полтавський національний педагогічний університет

імені В.Г.Короленка

yaninaemelina@ukr.net

Війна в Україні стала не лише трагедією національного масштабу, спричинивши людські втрати та руйнування інфраструктури, а й створює