

Філософія

УДК 165.242:004.738.5

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.17015540>

**Саморепрезентація в цифрову епоху: трансформація свідомості та межі
автентичності**

Гальчинський Дмитро Олександрович,
аспірант, кафедра теоретичної та практичної філософії, Київський
національний університет ім. Тараса Шевченка, м. Київ, Україна,
<https://orcid.org/0009-0000-7847-8352>

Прийнято: 23.08.2025 | Опубліковано: 31.08.2025

***Анотація.** Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, які радикально трансформують форми і зміст саморепрезентації особистості. Соціальні мережі та віртуальні платформи стали головними просторами формування та трансляції образу «Я», змінюючи його структуру, смислові акценти та ступінь автентичності. У цих умовах особливої ваги набуває філософське осмислення механізмів формування цифрової ідентичності та впливу технічних, культурних і психологічних чинників на цілісність особистісного образу. За мету дослідження поставлено проаналізувати трансформацію саморепрезентації в умовах цифрової епохи та визначити її вплив на автентичність особистості, розробивши авторську модель механізму відтворення «Я» у соціальних мережах. Методологічну основу становить поєднання філософського аналізу концепції «Я» та її репрезентацій, медіазнавчих підходів до вивчення цифрових платформ, а також психологічних теорій*

самопрезентації та соціального порівняння. Використано методи історико-філософського аналізу для простеження еволюції поглядів на саморепрезентацію, порівняльно-аналітичний метод для виявлення відмінностей між традиційними й цифровими формами самопредставлення. У результаті дослідження систематизовано ключові технічні, соціокультурні, психологічні та економічні чинники, що формують цифрову саморепрезентацію, і розроблено авторську модель «цифрового дзеркала». Ця модель описує механізм проходження автентичного «Я» крізь три фільтри – технічний, соціокультурний та психологічний – які визначають кінцевий образ особистості у віртуальному просторі. У висновках підкреслено, що сучасна саморепрезентація є гнучкою та багатовимірною конструкцією, яка формується на перетині особистісних намірів і зовнішніх цифрових впливів, а збереження автентичності потребує усвідомленої роботи з кожним рівнем «цифрового дзеркала». Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленні емпіричного аналізу культурно-специфічних особливостей саморепрезентації та кількісній оцінці впливу цифрових фільтрів на ідентичність.

Ключові слова: саморепрезентація, автентичність, цифрова ідентичність, соціальні мережі, філософія «Я», віртуальна взаємодія.

Self-representation in the digital age: transformation of consciousness and the limits of authenticity

Dmytro Halchynskyi,

PhD student, Department of Theoretical and Practical Philosophy,

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine,

<https://orcid.org/0009-0000-7847-8352>

Abstract. *The relevance of this research is determined by the rapid development of digital technologies, which radically transform the forms and content of individual self-representation. Social networks and virtual platforms have become the primary spaces for constructing and transmitting the image of the “Self,” altering its structure, semantic accents, and degree of authenticity. In this context, the philosophical understanding of the mechanisms of digital identity formation and the influence of technical, cultural, and psychological factors on the integrity of the personal image gains particular importance. The aim of the study is to analyze the transformation of self-representation in the digital age and to determine its impact on the authenticity of the individual, developing an original model of the mechanism for reproducing the “Self” in social networks. The methodological basis combines philosophical analysis of the concept of the “Self” and its representations, media studies approaches to the examination of digital platforms, as well as psychological theories of self-presentation and social comparison. Methods of historical-philosophical analysis are employed to trace the evolution of views on self-representation, and a comparative-analytical method is used to identify differences between traditional and digital forms of self-presentation. As a result of the study, key technical, sociocultural, psychological, and economic factors shaping digital self-representation were systematized, and the author’s “digital mirror” model was developed. This model describes the mechanism through which the authentic “Self” passes across three filters – technical, sociocultural, and psychological – that determine the final image of the individual in the virtual space. The conclusions emphasize that contemporary self-representation is a flexible and multidimensional construct formed at the intersection of personal intentions and external digital influences, and that preserving authenticity requires conscious engagement with each level of the “digital mirror.” Prospects for further research involve deepening empirical analysis of culturally specific features of self-representation and quantitatively*

assessing the impact of digital filters on identity.

Keywords: *self-representation, authenticity, digital identity, social networks, philosophy of the “Self,” virtual interaction.*

Постановка проблеми. У добу глобальної цифровізації соціальні мережі та віртуальні платформи стали ключовими просторами для формування, трансляції та інтерпретації образу особистості. Саморепрезентація у цих умовах набуває нових характеристик: вона є багатоканальною, динамічною, інтерактивною та залежною від алгоритмічних і соціокультурних механізмів. Це зумовлює необхідність філософського переосмислення феномену автентичності, дослідження взаємодії технічних, психологічних і культурних чинників та пошуку ефективних стратегій збереження цілісності ідентичності в умовах цифрового середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному науковому дискурсі проблема саморепрезентації та формування ідентичності в цифрову епоху набуває міждисциплінарного характеру, поєднуючи філософські, соціокультурні та психологічні підходи. На думку К. Чан (K. Chan), стрімка цифровізація призвела до появи нової концепції - «оцифрованого Я», що відображає глибинні зміни у структурі особистості та суспільства [1]. У цьому контексті К. Кок та К. Юссліндер (C. Cocq та K. Ljuslinder) дослідили, як саморепрезентації в соціальних мережах здатні як відтворювати, так і кидати виклик усталеним дискурсам, зокрема щодо інвалідності, створюючи простір для підвищення видимості та політизації теми [2]. Х. Авджі (H. Avcı) та співавтори встановили, що розвиток ідентичності підлітків значною мірою залежить від характеру їхньої активності у віртуальному середовищі: автентичність корелює з ясністю самоконцепції, тоді як соціальні порівняння посилюють як дослідницький пошук, так і дистрес ідентичності [3]. Аналізуючи технічні умови цифрової взаємодії, Е. Реда (E. Reda E) описав

ключові складові цифрової ідентичності – від ідентифікаторів і публікацій до профільних фото та селфі, - підкресливши роль архітектури платформ у формуванні позитивного образу «Я» [4]. У свою чергу, А. Габарнет (A. Gabarnet) та співавтори з'ясували, що користувачі з низькою самооцінкою схильні конструювати ідеалізовані віртуальні образи, а їхня форма значною мірою залежить від мети використання платформи та рівня ясності самоконцепції [5]. В. Перез-Торрес (V. Pérez-Torres) розглянула соціальні мережі як «цифрове соціальне дзеркало» підлітків, у якому самопрезентація, соціальне порівняння, рольові моделі та взаємодія з онлайн-аудиторією виступають важливими чинниками формування особистісної ідентичності [6]. А. Людерс (A. Lüders) та співавтори акцентували увагу на тому, що користувачі соціальних мереж творчо та стратегічно застосовують можливості платформ для конструювання колективної ідентичності, базуючись на розвитку спільнот, узгодженні норм та емоційній єдності [7]. І. Кузнецова дослідила взаємозв'язок між процесами пізнання, самопізнання та формування професійної ідентичності, наголосивши на їхньому значенні для становлення фахівця [8]. У ширшому культурно-історичному контексті І. Цихуляк та співавтори простежили еволюцію української ідентичності від початку ХХ століття до сучасності, визначивши філософські, культурологічні та політологічні чинники, що зміцнюють національну єдність [9]. Завершуючи, Г. Чміль та співавтори представили концепт Homo villicus як самоуправляючої особистості, здатної через власний образ трансформувати знеособлені соціальні моделі у персоналізовані та сприяти формуванню зрілих індивідів у суспільстві [10]. Узагальнюючи наведені позиції, можна стверджувати, що сучасні дослідження демонструють багатовимірність феномена саморепрезентації, його залежність від технічних, соціокультурних та психологічних чинників, а також динамічну взаємодію між індивідуальним і колективним вимірами ідентичності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значний науковий інтерес, невирішеними залишаються питання збереження автентичності особистості у цифровому середовищі, виявлення механізмів спотворення образу «Я» та розробки ефективних стратегій подолання негативних впливів віртуальної взаємодії. Тому наше дослідження спрямоване на філософське осмислення процесу формування цифрової ідентичності та розробку моделі «цифрового дзеркала» як інструменту аналізу і збереження автентичності. Практична цінність полягає у можливості застосування отриманих результатів для медіаосвіти, розвитку цифрової грамотності та формування усвідомлених стратегій самопредставлення, що сприятимуть гармонійному розвитку особистості в умовах цифрової епохи.

Формулювання цілей статті. Мета статті - проаналізувати трансформацію саморепрезентації в умовах цифрової епохи та визначити її вплив на автентичність особистості, розробивши авторську модель механізму відтворення «Я» у соціальних мережах. Завдання дослідження: 1) розкрити еволюцію філософських підходів до розуміння саморепрезентації та простежити зміни уявлень про «я» від традиційного офлайн-суспільства до цифрової епохи; 2) виявити та проаналізувати ключові технічні, соціокультурні, психологічні та економічні чинники, що формують самопредставлення у віртуальному середовищі; 3) розробити та апробувати авторську модель «цифрового дзеркала» як інструмент системного аналізу впливу цифрових фільтрів на автентичність особистості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття саморепрезентації у філософії охоплює як внутрішній процес усвідомлення власної ідентичності, так і зовнішнє відтворення цього образу у соціокультурному просторі. Його зміст змінювався протягом історії залежно від домінуючих світоглядних парадигм, цінностей суспільства та рівня розвитку комунікаційних практик. В античній філософії самопредставлення розглядалося передусім крізь призму

етики та морального самовдосконалення [11]. Сократівське «пізнай себе» було не лише закликом до самопізнання, а й вимогою гармонії між внутрішнім змістом і зовнішнім образом особистості. Для Арістотеля спосіб, у який людина постає перед іншими, був невіддільним від чеснот і виконання громадянських обов'язків, а репрезентація «Я» - відображенням доброчесного життя у полісі [12]. У добу Модерну акцент змістився на автономію та суб'єктність. Декарт визначив мисляче «Я» як фундамент буття, підкресливши, що самосвідомість є відправною точкою будь-якого знання. Кант трактував людину як морально вільну істоту, здатну самостійно визначати себе через практичний розум, а Гегель розглядав самосвідомість як процес, що розкривається у взаємодії з Іншим і досягає повноти через взаємне визнання [13]. Феноменологія ХХ століття внесла нове бачення, розглядаючи тілесність як невід'ємну складову саморепрезентації. Для Гусерля свідомість завжди спрямована на щось, і ця інтенційність формує досвід буття у світі [14]. Мерло-Понті підкреслював, що тіло не є пасивним носієм свідомості, а виступає активним інструментом вираження та способом комунікації із середовищем, через який конструюється образ «Я» [15]. У постмодерній думці акценти зміщуються на проблему автентичності образу у світі знаків та символів. Бодріяр описував сучасну реальність як простір симулякрів, у якому образи можуть бути відірваними від будь-якої референтної основи, а саморепрезентація - цілком сконструйованою за логікою медіа [16]. Таким чином, історія філософських концепцій демонструє, що саморепрезентація – це не статичний акт, а складний і динамічний процес, у якому переплітаються внутрішня рефлексія, соціальні очікування та культурно-медійні умови, що змінюються разом з епохою.

Аналіз сучасних і попередніх концепцій саморепрезентації демонструє, що уявлення про неї зазнали суттєвих змін – від локалізованих, переважно літературно-біографічних і культурно зумовлених форм до багатоканальних,



цифрово-опосередкованих стратегій. Традиційний, тілесно-екзистенційний вимір, представлений у працях, що акцентують на тілесній саморепрезентації як детермінанті поведінкових стратегій [17], підкреслював нерозривний зв'язок між образом «Я» та фізичною присутністю в соціальному середовищі. У цьому контексті самопредставлення було інтегрованим елементом особистісної стратегії адаптації та взаємодії з оточенням. Історико-літературний підхід, який простежується в дослідженні самосприйняття авторок Середньовіччя на прикладі Христини Пізанської [18], розглядає саморепрезентацію крізь автобіографічність і поєднання особистого досвіду з культурними нормами часу. Така форма мала переважно текстову природу, а її автентичність визначалася межами тогочасного соціального статусу і риторичних традицій. У літературознавчих студіях, що аналізують жіноче письмо через метафору дзеркала [19], зокрема творчість українських модерністок, саморепрезентація постає як акт естетичного і світоглядного вибору. Тут важливим є суб'єктивізм, емоційність та сповідальність, які контрастують із традиційним каноном і демонструють прагнення авторок до відмінної від домінантної культурної моделі репрезентації себе. Сучасні емпіричні дослідження соціальних мереж фіксують зсув від суто текстових і культурно закріплених форм до мультимодальних і ситуативних стратегій самопредставлення, що залежать від статусу користувача [20]. Непублічні особи тяжіють до особистих тем, щоденникових роздумів і візуальних елементів (фото, меми), тоді як публічні – до просування проєктів, публіцистики та професійних анонсів. Це свідчить про перехід до функціонально диференційованої саморепрезентації, де ключовим є не лише зміст, а й цільова аудиторія та формат подачі. Риторико-прагматичні підходи підкреслюють, що незалежно від епохи чи медіа, саморепрезентація пов'язана з бажанням створити позитивний образ, здобути прихильність аудиторії та уникнути конфліктів [21]. Проте у цифровому середовищі ці стратегії стають

більш гнучкими й адаптивними, допускаючи навіть демонстративну «дивергентність» - відхід від стандартів задля привернення уваги. Зрештою, у сучасному вимірі блогосфера постає як новий простір соціокультурної комунікації [22], у якому саморепрезентація виходить за межі індивідуального жесту і перетворюється на частину колективного цифрового наративу. Тут вона вже не є лише відображенням внутрішнього «Я», а й результатом взаємодії з алгоритмами, аудиторією та трендами, що підкреслює її гібридну і динамічну природу.

Виявлені у попередніх дослідженнях відмінності у формах та стратегіях саморепрезентації показують, що це явище є історично змінним та залежним від комунікаційних технологій і соціокультурних умов. Якщо у традиційному суспільстві спосіб подання себе був тісно пов'язаний із безпосередньою фізичною присутністю та обмеженими каналами комунікації, то поступовий розвиток мас-медіа, а згодом і цифрових платформ, суттєво розширив простір і форми самопредставлення.

Історичний розвиток самопредставлення відображає не лише технічний прогрес у сфері комунікації, а й глибинні філософські зміни в розумінні людиною власної ідентичності.

У традиційних суспільствах домінувала безпосередня, тілесно опосередкована взаємодія, що забезпечувала сталість та цілісність образу «Я». Перехідний етап мас-медіа розширив масштаби аудиторії та дав змогу конструювати публічний образ через централізовані канали, однак ще зберігав відносно чіткі межі між приватним і публічним.

У цифрову епоху з'явилася можливість миттєвої, багатоканальної та багатовимірної репрезентації, у якій образ «Я» став більш гнучким, фрагментарним і піддатливим впливу алгоритмів та соціальних трендів. Ці зміни не лише розширили простір самовираження, а й поставили нові питання щодо автентичності, відповідальності та стабільності ідентичності.

Щоб простежити динаміку цих трансформацій від традиційних до цифрових форм, нижче подано порівняльну таблицю «Еволюція самопредставлення в історичному контексті» - табл. 1, яка узагальнює характерні форми саморепрезентації, канали та інструменти, уявлення про «Я» та зміни меж між «публічним» і «приватним» у різні періоди.

Таблиця 1

Еволюція самопредставлення в історичному контексті

Період	Характерні форми саморепрезентації	Канали та інструменти	Особливості уявлень про «Я»	Межі «публічного» і «приватного»
Традиційне офлайн-суспільство	Усна комунікація, публічні виступи, рукописні та друковані тексти	Зустрічі, ораторське мистецтво, книги, листи	«Я» як відображення соціального статусу, чеснот і морального обов'язку перед спільнотою	Чітке розмежування: приватне – сфера дому, публічне – простір поліса
Перехідний медіаетап	Публічні виступи через телебачення та радіо, преса	Телебачення, радіо, газети, журнали	«Я» як керований образ для масової аудиторії, створений у межах медіанаративу	Приватне частково виходить у публічний простір через медіа
Цифрова епоха	Постинг у соцмережах, блоги, влоги, стріми	Соціальні мережі, відеоплатформи, персональні сайти	«Я» як керований, багатоваріантний конструкт, що змінюється залежно від платформи та аудиторії	Межі розмиті, приватне швидко стає публічним і навпаки

Джерело: авторська розробка

Аналіз еволюції форм самопредставлення демонструє, що з переходом від традиційного офлайн-суспільства до цифрової епохи відбулася радикальна зміна не лише у каналах комунікації, а й у самій природі образу «Я». Якщо раніше ідентичність формувалася переважно в межах безпосередніх соціальних контактів і чітко розмежованих сфер приватного та публічного, то

медіаіндустрія перехідного етапу вже почала розмивати ці межі, створюючи керований публічний образ для масової аудиторії. Сьогодні ж цифрові технології інтегрувалися в повсякденне життя настільки, що стали невід'ємним фоном мислення, комунікації та самовираження. Соціальні мережі, месенджери та віртуальні платформи перетворилися на головні простори презентації та інтерпретації особистості, де приватне й публічне постійно взаємопроникають, а образ «Я» набуває динамічного, багатоваріантного й контекстуально залежного характеру [23].

Цифрове середовище створює багатовимірний простір, у якому самопредставлення визначається одночасною дією технічних, культурних, психологічних та економічних чинників.

Алгоритми, дизайн інтерфейсів і функціональні можливості платформ виступають не лише інструментами, а й «архітекторами» образу, визначаючи, який контент отримає видимість і як він буде сприйнятий. Культурні тренди, меми, візуальні коди та норми поведінки, що закріплюються у віртуальних спільнотах, формують своєрідну «мову платформи», до якої користувач змушений адаптувати власне «Я».

Психологічні потреби – визнання, соціальне порівняння, прагнення емоційного відгуку – підсилюють залежність від зовнішніх оцінок, стимулюючи куровану і часто фрагментарну презентацію особистості.

Економічний вимір додає ще один рівень: перетворення самопредставлення на ресурс, що може монетизуватися через персональний бренд, рекламу чи комерційні партнерства.

Усе це створює динамічну систему, у якій автентичність постає як результат постійного балансування між внутрішнім «Я» та зовнішніми умовами. При цьому контроль користувача над власним образом часто виявляється частково ілюзорним, адже він обмежений не лише технологічними алгоритмами, а й соціокультурними рамками, у яких

відбувається комунікація.

Щоб наочно показати взаємодію цих умов, у табл. 2 представлено подано матрицю впливу факторів на самопредставлення в цифрову епоху, яка відображає, як технічні, культурні, психологічні та економічні чинники разом формують образ особистості у віртуальному просторі. Ця матриця показує, що найбільший ризик втрати автентичності виникає там, де вплив високий, але контроль користувача низький – передусім у сфері алгоритмічного відбору контенту та психологічних реакцій на оцінки аудиторії. Натомість там, де контроль вищий, з'являється більше можливостей для збереження унікальності та особистої інтерпретації власного образу.

Таблиця 2

Матриця впливу факторів на самопредставлення в цифровій епосі

Ступінь контролю користувача \ Вплив на автентичність	Високий вплив	Низький вплив
Високий контроль	<i>Економічні фактори</i> – користувач свідомо формує бренд і обирає стратегії монетизації, поєднуючи автентичність з комерційною доцільністю.	<i>Культурні фактори</i> – можливість творчо переосмислювати тренди та коди, зберігаючи власну інтерпретацію.
Низький контроль	<i>Технічні фактори</i> – алгоритми й інтерфейси, які можуть змінювати видимість контенту і спотворювати образ незалежно від волі автора.	<i>Психологічні фактори</i> – несвідоме підпорядкування потреби в схваленні та порівнянні, що веде до куруваної або фрагментарної самоподачі.

Джерело: авторська розробка

Взаємодія технічних, культурних, психологічних та економічних чинників у цифровому середовищі створює не лише нові можливості, але й суттєві виклики для збереження автентичності. Соціальні мережі, які стали основними каналами самопредставлення, функціонують за принципом постійного обміну контентом, де кожен користувач водночас є і автором, і

споживачем образів інших [23]. Алгоритми платформ, логіка візуальних трендів і динаміка реакцій аудиторії стимулюють формування керованих версій «Я», у яких реальне та створене заздалегідь змішуються настільки, що межі між ними стають майже непомітними.

У цих умовах віртуальна взаємодія не просто доповнює офлайн-спілкування, а часто заміщує його, формуючи нову норму соціальної присутності. Потреба залишатися видимим у цифровому просторі, збирати вподобайки та коментарі, підлаштовуватися під ритм оновлень стрічки – усе це впливає на те, як людина сприймає себе та свій образ у чужих очах. Таким чином, соціальні мережі стають не лише інструментом комунікації, але й потужним середовищем, що трансформує поняття автентичності, роблячи його рухомим, залежним від алгоритмів і колективних оцінок.

У цифровому середовищі дедалі виразніше проявляється напруга між керованою ідентичністю та реальним «Я». Керована ідентичність – це образ, сформований свідомо або підсвідомо з урахуванням очікувань аудиторії, особливостей платформи та власних цілей користувача. Вона передбачає відбір моментів, подій і характеристик, які подаються як репрезентативні, навіть якщо вони відображають лише фрагмент реального життя. Натомість реальне «Я» залишається більш комплексним і суперечливим, часто прихованим за межами публічного простору.

Цей розрив підсилює феномен «вітрини» (self-branding), коли профіль у соціальних мережах функціонує як візитівка або рекламний майданчик, що демонструє «найкращу версію» особистості. Поряд із цим виникає явище «маски» - образу, що використовується для захисту, самозбереження або адаптації до певної спільноти, але водночас може спотворювати автентичність.

Такі практики несуть низку ризиків. Постійне редагування образу сприяє поверховості сприйняття – як себе, так і інших, що може призвести до фрагментації ідентичності. Орієнтація на зовнішнє схвалення та змагання у

візуальній привабливості створюють передумови для психологічного вигорання, втрати відчуття власної цінності поза реакціями аудиторії.

Водночас цифрова саморепрезентація має і позитивні аспекти. Вона відкриває ширші можливості для самовираження, дозволяючи експериментувати з формами, жанрами та візуальними стилями, які можуть бути недоступними в офлайн-середовищі. Соціальні мережі забезпечують глобальну комунікацію, завдяки якій індивід може налагоджувати зв'язки, знаходити однодумців і формувати нові спільноти, виходячи за межі географічних та культурних обмежень.

Сучасне цифрове середовище функціонує як простір безперервної візуальної та текстової взаємодії, у якому образ особистості формується не лише зусиллями самого індивіда, але й під впливом численних зовнішніх чинників. Соціальні мережі перетворилися на своєрідні «дзеркала», які не відображають людину безпосередньо, а преломлюють її через набір технічних, соціокультурних і психологічних фільтрів. Це спотворення не завжди є негативним – воно може бути як конструктивним (підсилюючи певні аспекти), так і деструктивним (затираючи інші). Однак розуміння механізму цих перетворень є критично важливим для дослідження автентичності у цифрову епоху, адже сучасні віртуальні платформи діють не як пасивні дзеркала, а як активні посередники, що трансформують образ особистості.

Модель «цифрового дзеркала» - табл. 3 – постає результатом синтезу філософського осмислення поняття «Я» та його репрезентацій, медіазнавчого аналізу особливостей функціонування цифрових платформ і психологічних концепцій, пов'язаних із самопрезентацією та соціальним порівнянням. У цьому контексті розглядалося, як інтерфейси й алгоритми соціальних мереж визначають видимість і значущість контенту, як культурні норми, тренди й коди формують рамки очікуваної поведінки користувачів, і як внутрішні установки, емоційний стан і прагнення визнання впливають на вибір способів

самопредставлення. Систематизація цих взаємопов'язаних чинників дала змогу виокремити три ключові фільтри – технічний, соціокультурний і психологічний, крізь які автентичне «Я» проходить під час відтворення у цифровому просторі, набуваючи нових акцентів і форм.

Такий підхід дозволяє не лише глибше зрозуміти механізм формування онлайн-ідентичності, а й визначити точки найбільшого спотворення особистісного образу, розробити стратегії збереження автентичності в умовах цифрової взаємодії та критично оцінити взаємодію між технологічними параметрами платформи, культурними кодами та індивідуальною психічною динамікою.

Таблиця 3

Модель «цифрового дзеркала»

Фільтр	Зміст	Вплив на автентичне «Я»	Приклади проявів
Технічний	Алгоритми відбору контенту, дизайн інтерфейсу, формат постингу	Підсилює або приглушує певні риси особистості залежно від алгоритмічних пріоритетів	Пости з візуально привабливими фото отримують більше охоплення; формат «сторіс» стимулює емоційність
Соціо-культурний	Тренди, норми, цінності спільноти, культурні коди	Орієнтує самопредставлення на відповідність очікуванням аудиторії; може стимулювати стандартизацію	Використання популярних хештегів, мемів; адаптація стилю під певну групу
Психологічний	Внутрішні установки, потреба у визнанні, емоційний стан	Спрямовує вибір контенту й способу подачі залежно від настрою та мотивації	Публікація «успішних» моментів для підвищення самооцінки; уникнення тем, що викликають тривогу

Джерело: авторська розробка

Таким чином, представлена модель «цифрового дзеркала» наочно демонструє, що образ особистості у соціальних мережах формується не як пряме відображення внутрішнього «Я», а як результат багаторівневого

проходження через технічні, соціокультурні та психологічні фільтри. Кожен із цих рівнів не лише змінює акценти у самопредставленні, а й задає певні обмеження та можливості, впливаючи на баланс між автентичністю та адаптацією до вимог цифрового простору. Цінність моделі полягає у її здатності об'єднувати різні дисциплінарні підходи – філософський, медіазнавчий та психологічний – у єдину аналітичну рамку, що дає змогу дослідникам і практикам ідентифікувати точки впливу, визначати механізми спотворення образу та розробляти індивідуальні й колективні стратегії збереження автентичності в умовах цифрової взаємодії.

Важливим аспектом для повнішого розуміння моделі є її емпірична перевірка. Приклади з практики користування соціальними мережами показують, як алгоритми підсилюють видимість певних типів контенту, як культурні тренди задають стандарти «успішного образу», а психологічні фактори впливають на вибір моментів для публікації. Наприклад, алгоритмічний пріоритет Instagram або TikTok надає перевагу коротким візуально привабливим відео, що спонукає користувачів будувати власне «Я» через естетику, а не через зміст. У межах культурних трендів поширюється мода на «естетику продуктивності», де блогери демонструють «ідеальний день» чи «успішний стиль життя», формуючи стандартизований образ сучасної особистості. На психологічному рівні типовим є кейс «вітринного» постингу, коли користувачі публікують лише моменти досягнень або святкувань, уникаючи тем, що пов'язані з особистими труднощами, стресом чи невдачами. Аналіз подібних кейсів – від популярних блогерів, які свідомо курирують свій контент, до пересічних користувачів, які відчують тиск аудиторії, – дозволяє простежити, як модель «цифрового дзеркала» працює у повсякденному цифровому середовищі та підтвердити її аналітичну цінність.

Не менш суттєвим є розгляд культурно-специфічних особливостей цифрової саморепрезентації, адже у різних соціумах поняття «Я» набуває

різного філософського змісту. У західній традиції, яка бере свій початок від Декарта та Канта, домінує ідея автономного суб'єкта, що сам конструює власну ідентичність і вибудовує її як проєкт самореалізації. Це безпосередньо відображається у цифрових практиках – наголос робиться на унікальності, персональному бренді та самопозиціонуванні в конкурентному середовищі. Східна культурна традиція, натхненна конфуціанською та буддійською думкою, навпаки, розглядає «Я» у нерозривному зв'язку з іншими, підкреслюючи колективну гармонію та соціальну відповідальність. У цифрових просторах це виражається у стриманому самовираженні, акценті на групових цінностях і прагненні уникати надмірного індивідуалізму.

В Україні, спостерігається синтез цих двох підходів. З одного боку, «Я» подається як унікальний і творчий суб'єкт, що тяжіє до свободи й самореалізації (у дусі європейського гуманізму та кордоцентризму Сковороди), з іншого – як частина колективної ідентичності, що виявляється через спільний досвід, солідарність і громадянську відповідальність. Особливо яскраво це простежується у воєнний час, коли приватне «Я» стає нерозривним із національною ідентичністю та культурним самоствердженням.

Таким чином, філософський аналіз культурних відмінностей дозволяє побачити, що модель «цифрового дзеркала» не зводиться лише до універсальних алгоритмів і психологічних механізмів. Вона відкриває простір для осмислення того, як різні концепції суб'єкта – індивідуалістичні чи колективістські, раціоналістичні чи екзистенційні – формують багатоманітність цифрових ідентичностей у глобальній мережі.

Окрему увагу варто приділити й етичному виміру цифрової саморепрезентації. Перетворення приватного на публічне, збір і комерціалізація персональних даних, алгоритмічні маніпуляції та соціальний тиск ставлять питання про відповідальність індивіда за створюваний образ і водночас про межі контролю над ним. У цьому контексті автентичність

набуває не лише психологічного чи культурного значення, але й морального: вона вимагає усвідомленого вибору у взаємодії з технологічними середовищами та аудиторією.

Філософський аналіз дозволяє розглядати цю проблему значно ширше. Якщо у традиції І. Канта моральність пов'язана з автономією та обов'язком діяти згідно з універсальним моральним законом, то у цифрову добу автономія особистості постає під загрозою через алгоритмічні обмеження та зовнішній соціальний тиск. У підходах М. Фуко тема саморепрезентації перетинається з концептом «технологій влади», адже самопрезентація в мережі завжди перебуває під впливом дисциплінуючих дискурсів, які формують межі «нормального» та «допустимого». Етичний вимір також можна інтерпретувати через ідеї Е. Левінаса, для якого «Я» завжди несе відповідальність перед Іншим: цифрове середовище радикалізує цю відповідальність, адже будь-яке самовираження миттєво стає доступним для множинної аудиторії, яка формує нові горизонти моральних очікувань.

Таким чином, етика цифрової саморепрезентації постає не лише як набір практичних рекомендацій щодо безпеки чи приватності, а як глибинне філософське питання про межі свободи, відповідальність перед Іншими та збереження автентичності у світі, де межа між публічним і приватним стає дедалі більш розмитою.

Висновки. Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що саморепрезентація у цифрову епоху перетворилася на багатовимірний і динамічний процес, у якому переплітаються індивідуальні наміри, соціокультурні очікування та алгоритмічні механізми платформ. Історична еволюція від офлайн-практик до цифрових форм самопредставлення продемонструвала зміщення акцентів від стабільних, чітко структурованих образів «Я» до гнучких і часто фрагментарних ідентичностей, які формуються в умовах швидкоплинних трендів та глобальної віртуальної комунікації.

Соціальні мережі, виступаючи головним середовищем цього процесу, створюють одночасно і нові можливості для самовираження, і ризики втрати автентичності через стандартизацію образів, залежність від зовнішнього схвалення та алгоритмічне моделювання видимості контенту.

Запропонована авторська модель «цифрового дзеркала» дала змогу системно описати механізм перетворення автентичного «Я» під впливом технічних, соціокультурних і психологічних фільтрів, що діють у віртуальному середовищі. Її застосування дозволяє виявляти точки найбільшого спотворення образу, формувати стратегії підтримання автентичності та поглиблювати міждисциплінарне розуміння цифрової ідентичності.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні емпіричної бази моделі, інтеграції кількісних методів аналізу цифрових практик та вивченні культурно-специфічних особливостей саморепрезентації у глобальному онлайн-просторі.

Список використаних джерел

1. Chan K. T. Emergence of the ‘Digitalized Self’ in the Age of Digitalization. *Computers in Human Behavior Reports*. 2022. Vol. 6. 100191. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100191>.
2. Cocq C., Ljuslinder K. Self-representations on social media. Reproducing and challenging discourses on disability. *Alter*. 2020. Vol. 14, № 2. P. 71–84. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.alter.2020.02.001>.
3. Avci H., Baams L., Kretschmer T. A Systematic Review of Social Media Use and Adolescent Identity Development. *Adolescent Research Review*. 2025. Vol. 10, № 2. P. 219–236. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1>.
4. Reda E. Y. Exploring the Components of Digital Identity on Social Networks Sites: Identifier, Post, Profile Photo, and Selfie. *European Scientific Journal*. 2024. Vol. 20, № 1. P. 1. DOI: <https://doi.org/10.19044/esj.2024.v20n1p1>.

5. Gabarnet A., Feixas G., Montesano A. What Is the Psychological Role of the Virtual Self in Online Worlds? A Scoping Review. *Multimodal Technologies and Interaction*. 2023. Vol. 7, № 12. 109. DOI: <https://doi.org/10.3390/mti7120109>.
6. Pérez-Torres V. Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*. 2024. Vol. 43. P. 22170–22180. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>.
7. Lüders A., Dinkelberg A., Quayle M. Becoming “us” in digital spaces: How online users creatively and strategically exploit social media affordances to build up social identity. *Acta Psychologica*. 2022. Vol. 228. 103643. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103643>.
8. Кузнецова І. О. Пізнання, самопізнання і формування професійної ідентичності. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2025. Вип. 53. С. 63–67. DOI: <https://doi.org/10.32782/apfs.v053>.
9. Цихуляк І., Кравцов Ю., Байрамова О. Філософські виміри української ідентичності: культурологічний та політологічний аспекти. *Філософія та управління*. 2025. № 5(9). DOI: <https://doi.org/10.70651/3041-248X/2025.5.02>.
10. Чміль Г. П., Корабльова Н. С., Безручко О. В. Номо villicus у сучасному екранному середовищі. У: *Мистецтвознавство. Соціальні комунікації. Медіапедагогіка* : колективна монографія / наук. ред. О. В. Безручко. К. : КНУКіМ, 2024. Т. 10. С. 214–241.
11. Plato. Apology. URL: <https://classics.mit.edu/Plato/apology.html> (дата звернення 01.07.2025).
12. Aristotle. Nicomachean Ethics / ed. H. Rackham. URL: <https://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Aristot.%20Nic.%20Eth> (дата звернення 01.07.2025).
13. Self-Consciousness. First published Thu Jul 13, 2017; substantive revision Fri Jun 14, 2024. URL: <https://plato.stanford.edu/entries/self-consciousness/> (дата звернення 01.07.2025).

14. Chalamalasetty K. Insights from “A History of the Self”. URL: <https://blog.apaonline.org/2025/05/07/insights-from-a-history-of-the-self/> (дата звернення 01.07.2025).
15. Мерло-Понті живий. Філософський начерк. URL: <https://un-sci.com/ru/2020/03/09/merlo-ponti-zhivij-filosofskij-nacherk> (дата звернення 01.07.2025).
16. Заїковський С. Ален де Бенуа: Жан Бодріяр, або зникнення реальності. 18.08.2019. URL: <https://plomin.club/alain-de-benoit-jean-baudrillard-or-the-disappearance-of-reality> (дата звернення 01.07.2025).
17. Корнієнко І. О. Тілесна саморепрезентація як детермінанта становлення копінг-стратегій особистості. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Психологія*. 2013. Т. 18, вип. 4. С. 168–179. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2013_18_4_25 (дата звернення 01.07.2025).
18. Санжарова Г. Ф., Санжаров В. А. Авторське самосприйняття та саморепрезентація на зламі XIV–XV століть: автобіографічний, мемуарний та гендерний складники творчості Христини Пізанської. *Закарпатські філологічні студії*. 2021. Вип. 15, т. 1. С. 258–262. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.15.49>.
19. Жаркова Р. Перед дзеркалом свого письма: саморепрезентація жінки в українській прозі fin de siecle (експозиція проблеми). *Вісник Черкаського університету. Серія : Філологічні науки*. 2013. Вип. 5. С. 113–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchuF_2013_5_18 (дата звернення 01.07.2025).
20. Грудка О. Конфігурації особистого, публічного та професійного в персональних профілях користувачів Facebook: контент-аналіз. *Українські культурологічні студії*. 2024. № 1(14). С. 70–77. DOI: [https://doi.org/10.17721/UCS.2024.1\(14\).11](https://doi.org/10.17721/UCS.2024.1(14).11).
21. Кузьменко О. Ю. Особливості вербалізації стратегії саморепрезентації (на матеріалі англомовних інтерв'ю глянцевого журналу). URL:

<https://nniif.org.ua/File/18kouovs.pdf> (дата звернення 01.07.2025).

22. Страшко І. В. Блогосфера як новий простір соціокультурної комунікації у сфері мовної освіти. *Філософські науки*. 2024. Вип. 101. С. 400–404. URL: <https://enpuirb.udu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ca3c5cce-5065-4a20-9537-9c8661931b28/content> (дата звернення 01.07.2025).

23. Lee S. The Digital Self: Identity in the Age of Social Media. Exploring the Philosophical Dimensions of Online Identity and Its Societal Implications. URL: <https://www.numberanalytics.com/blog/the-digital-self-identity-in-the-age-of-social-media> (дата звернення 01.07.2025).