

УДК 159.9

DOI 10.32461/2226-3209.2.2024.308255

**Цитування:**

Бугайов М. В. Віртуалізація особистості як культурний феномен цифрового суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 2. С. 9–13.

Buhaiov M. (2024). Personality Virtualisation as a Cultural Phenomenon of Digital Society. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 2, 9–13 [in Ukrainian].

**Бугайов Микола Вікторович**,  
доктор філософії з культурології,  
старший викладач кафедри  
креативних культурних індустрій  
Національної академії керівних кадрів  
культури і мистецтв  
<https://orcid.org/0000-0001-8554-0126>  
[Kbugajov1996@gmail.com](mailto:Kbugajov1996@gmail.com)

## **ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА**

**Мета роботи** – проаналізувати феномен віртуалізації особистості як прояв сучасного технологічного суспільства, виявити показники самоконструювання віртуальної особистості та дослідити наслідки інтернетизації для сучасної людини, яка одночасно може жити як у фізичному, так і в цифровому просторі. **Методологія дослідження** передбачала використання методів аналізу та синтезу для встановлення впливу інтернет-технологій на самоідентифікацію особистості; за допомогою синергетичного підходу простежено соціокультурну динаміку поширення феномену віртуалізації особистості та формування нових ціннісних орієнтирів; психологічний метод використано для виявлення мотивації сучасної людини до віртуалізації свого «я». **Наукова новизна** статті полягає в тому, що в ній явище віртуалізації особистості розглянуто як феномен культури, що визначає подальший розвиток цифрового суспільства. **Висновки.** Феномен віртуалізації особистості став наслідком віртуалізації реальності – важливого культурного чинника, що спонукає сучасну людину експериментувати із власною ідентичністю, множити свої «я» та реалізовувати їх у різноманітних контекстах нескінченну кількість разів. Штучно створений віртуальний простір задовольнив потребу людини в нових знаннях, здатності проживати більш яскраві емоції, став онлайн-майданчиком для творчого самопізнання та самовираження. Безперервне виробництво віртуальних версій себе відбивається на психологічних і когнітивних якостях індивіда, змінює його сприйняття реального соціокультурного середовища, формує альтернативну віртуальну картину світу.

**Ключові слова:** інтернет, віртуальна реальність, віртуальне суспільство, віртуальна особистість, феномен, самоідентифікація, світогляд.

*Buhaiov Mykola, Ph.D in Philosophy (Cultural Studies), Senior Lecturer, Department of Creative Cultural Industries, National Academy of Culture and Arts Management*

### **Personality Virtualisation as a Cultural Phenomenon of Digital Society**

**The purpose** of the work is to analyse the phenomenon of personal virtualisation as a manifestation of modern technological society, to identify the indicators of self-construction of a virtual personality, and to explore the consequences of internetisation for a modern individual, who can simultaneously inhabit both physical and digital environments. **The research methodology** involved the use of analysis and synthesis methods to establish the influence of Internet technologies on individual self-identification; a synergistic approach was employed to trace the socio-cultural dynamics of the spread of the phenomenon of personal virtualisation and the formation of new value orientations; the psychological method was utilised to reveal the motivation of modern individuals to virtualise their “self”. **The scientific novelty** of the article lies in its substantiation of personal virtualisation as a cultural phenomenon that shapes the further development of digital society. **Conclusions.** The phenomenon of personality virtualisation emerges as a consequence of the virtualisation of reality, which stands as a significant cultural factor prompting modern individuals to experiment with their identities, multiplying their “self” and realising them across various contexts an infinite number of times. The artificially created virtual space fulfils individuals' needs for acquiring new knowledge, experiencing heightened emotions, and serves as an online platform for creative self-discovery and expression. The continuous production of virtual iterations of oneself impacts the psychological and cognitive attributes of individuals, alters their perception of the real socio-cultural environment, and engenders an alternative virtual worldview.

**Keywords:** Internet, virtual reality, virtual society, virtual personality, phenomenon, self-identification, worldview.

Актуальність теми дослідження. Новітні технології глибоко проникли в життя людини, створивши поряд з реальним віртуальний світ,

що охопив усі сфери її життя, змодельовав нові її соціальні й культурні реальності. Інформаційне суспільство створило умови для

проживання людини в альтернативному, віртуальному просторі. У цьому нематеріальному світі людина постала як інший тип особистості, що позбавлений фізичного тіла, сконструйований зі знаків, сенсів, симулякрів та існує в такому самому символічному віртуальному суспільстві. Змінився спосіб соціалізації людини, формування її особистісно-культурної ідентичності в сторону моделювання різних версій себе, експериментування з різними проявами «Я», які можуть змінювати як зовнішні риси, так і внутрішні установки.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання впливу комп'ютерних технологій на розуміння людиною себе, свого місця в цифровізованому світі вивчали закордонні науковці: П. Бурдє, Ф. Вебстер, П. Вірлію, К. Вульф, Е. Гідденс, Гі Дебор, М. Кастельс, Н. Луман, Г. Рейнгольд, Ш. Тьоркл та ін., а також вітчизняні: І. Гудінова, І. Девтеров, В. Кириченко, А. Лучинкіна, Н. Моїсеєва, О. Немеш, В. Огорокова, С. Пилипенко, Є. Харитонов, О. Харитонova, В. Штанько й ін. Вони визначали віртуальну реальність як важливу культурну подію, що чинить помітний вплив на самоідентифікацію особистості. Віртуалізацію особистості як феномен науковці активно вивчали на початку ХХІ століття. Проте це явище поширюється, що зумовлює актуальність подальших його досліджень.

Мета дослідження – проаналізувати феномен віртуалізації особистості як прояв сучасного технологічного суспільства, вказати ознаки самоконструювання віртуальної особистості, наслідки інтернетизації для сучасної людини, яка має змогу одночасно побутувати у фізичному та цифровому середовищі.

Виклад основного матеріалу. Віртуалізація охопила всі сфери життя людини: знання, мистецтво, кохання, владу й ін., стала детермінантою формування альтернативного соціокультурного простору. Цей новий простір змінив звичні суспільні практики і сформував нові інтереси, мотиви та цінності, а також інші форми соціально-культурної та психологічної активності [8, 1]. На думку В. Кириченка, «кожен член інформаційного суспільства певною мірою включений у цифрову інформаційну мережу, а отже, має власний цифровий відповідник, який може бути точною копією персони або представляти образ, який лише загалом відповідає реальній людині» [3].

Суспільство сприйняло цю форму існування, оскільки вона дала можливість компенсувати втрату живого, спонтанного

спілкування, до чого призвели динамічні економічні процеси у світі. Крім того, всесвітня комп'ютерна мережа задовольнила потребу людини в нових знаннях, у яскравих емоціях. Віртуальна реальність постала як штучно створений калейдоскопічно-мозаїчний простір, у якому підмінюють поняття і маніпулюють ними.

Стійке бажання людини перебувати в онлайн-просторі В. Огорокова пояснює тим, що інтернет, на думку науковиці, активізує в індивіда генетичну пам'ять про первісне суспільство, у якому люди за матеріальним станом чи соціальним статусом не були поділені на вищі та нижчі класи, а лідерство в такому середовищі було тимчасовим. Комп'ютерна епоха зумовила появу нової соціально-культурної спільноти людей, яка, заохочена перевагами віртуального середовища, прагне саме в ньому задовольнити свої соціальні та культурні потреби. Таких людей дослідниця назвала Homo virtualis, або «людина віртуальна», що вказує на їхнє спрямування на віртуальність, високий рівень віртуалізованої свідомості та участь у творенні, носінні та споживанні віртуальних феноменів [6, 39–40].

Віртуальна особистість виступає своєрідним аналогом традиційного художнього образу. При цьому вона має специфічні ознаки вираження – це насамперед технічні характеристики: текстові, фото-, відео- та аудіозаписи. Визнання наявності віртуальної особистості породжує необхідність визначити її віртуальну ідентичність, встановити, у якому штучно створеному образі віртуальна особистість існує в інтернет-просторі, формуючи загальну картину віртуальної реальності.

Віртуальна особистість постійно змінюється відповідно до того, як її сприймає віртуальне оточення. Вона максимально наближена до реальної особистості, коли формує свою ідентичність за допомогою самоописування (копіювання – *примітка наша*), і помітно відрізняється від реальної особистості, коли задля самовираження (виходу за межі реального, об'єктивного – *примітка наша*) створює відмінний, символічний образ [10, 221].

Ідентифікуючи себе із віртуальним світом, людина вивчає себе в новому середовищі, експериментує з різними проявами власного «я» в ньому. Віртуалізація в такому випадку стає творчим процесом, можливістю для індивіда пізнати себе та самовизначитися. Маючи змогу нескінченну кількість разів

змінюватись у мережевому просторі, людина все більше поринає у віртуальний світ, віддаляючись від соціальної реальності. У цьому штучно сконструйованому просторі вона взаємодіє з іншими віртуальними особистостями як із реальними людьми. На такі зміни у свідомості сучасних людей відреагувала й візуальна культура, зокрема кінематограф. Прикладом може бути американський науково-фантастичний фільм «Усе завжди й водночас» 2022 року (режисери Д. Шайнерт і Д. Кван), у якому головна героїня набуває здатність перебувати паралельно в кількох віртуальних світах, що дає їй змогу спробувати себе в різних соціальних ролях, розкрити свої можливості, які були обмежені в реальному житті.

Можливість індивіда продукувати свою віртуальну особистість в інформаційно-комп'ютерному середовищі призводить до того, що він часто надає перевагу віртуальному світу, а не фізичному, реальному, стає відчуженим, асоціальним. Ці зміни набувають масового характеру: віртуалізується ціле суспільство. Воно зазнає трансформації масової свідомості й масової культури, заміщуючи в мережі реальний світ віртуальними образами-символами. Безперервне їхнє виробництво не дає змоги всі їх усвідомити, що призводить до фрагментарного сприйняття світу. Як результат, індивідуальна картина світу формується хаотично, і людині все складніше ідентифікувати себе як частину реального соціокультурного середовища.

Віртуальна культура існувала й раніше, у вигляді, наприклад, образів художньої літератури. Проте нинішня технологізована культура більше охопила людство, і ринкове суспільство її активно використовує як інструмент для поширення реклами. Вона базується на різних способах тиску на користувачів і маніпулювання ними та поширює продукти масової культури, що формують спосіб духовного споживання, який базується на некритичності й інертності сприйняття. У результаті інформаційно-культурної глобалізації смаки, уподобання та ідеали суспільства значною мірою формують не свідомість, що раніше спиралася на високі взірці культури, а тенденції масової культури, які нав'язують більш поверхневі образи, що є інструментом програмування свідомості цілих соціальних груп.

Значну частину часу нині людина може витратити на інтернет-розваги та незмістовну комунікацію. Домінування віртуального спілкування, занурення користувача в різні

мережеві спільноти нівелює його як особистість у реальному світі: межі між реальним та ірреальним стираються, і це породжує потребу в людині ідентифікувати себе в новій соціокультурній реальності, усвідомити власне місце та свій статус у ній. Участь у реальному житті індивід замінює перебуванням у соціальних мережах, у месенджерах, що дає йому змогу легко й швидко отримувати яскраві емоції. Як наслідок, людина реальне, повсякденне життя вважає складним для контролювання, а віртуальне – гнучким і яскравим, відповідно, більш привабливим. Прагнення до нових, щоразу сильніших відчуттів, нехтування об'єктивною реальністю – наслідки віртуалізації світу, які людина приносить у реальний, об'єктивний світ. Крім того, постійне інформаційне перенасичення в сучасному житті спричинює зниження емпатії, поверхневе спілкування, виснаження нервової системи.

Інтернет на теперішній момент постає як середовище пізнання та діяльності людей. Він змінює когнітивні процеси, механізми формування культурно-ціннісних орієнтирів. Особливості віртуальної реальності, що характеризується іншим виміром часу – безрозмірним і різноспрямованим – та конструюванням іншого суспільства, не обмеженого фізичними рамками, спричинюють інакший спосіб мислення: він не традиційний, бо нелінійний, хаотичний, асоціативний. Віртуальна особистість у віртуальному суспільстві й соціальний досвід набуває інакше – не через систему освіти чи виховання, як це відбувається в матеріальному світі, а шляхом експериментів та апробацій різних версій себе, що формує прагнення постійно вдосконалювати власний образ. Це може спричинити залежність, незадоволення своєю зовнішністю, втрату зв'язку з реальністю.

Створений образ може бути способом маніпулювати користувачем, який у мережі постає як інша споглядальна віртуальна особистість, яка, щоб соціалізуватися в інтернет-просторі, шукає в ньому собі подібних. Так, спілкування в інтернеті може призвести до психологічних, соціальних і культурних проблем, спричинених завуальованим впливом. Для цього блогер-маніпулятор спрямовує увагу читача в потрібне йому русло так, щоб той вчинив передбачені маніпулятором дії нібито добровільно, з власної волі. Таке психологічне насильство, впливаючи на підсвідомість користувача, спотворює його сприйняття дійсності, робить інструментом для задоволення чужих потреб.

У результаті кожна дія, вчинена під впливом маніпулятора ззовні, на підсвідомому рівні інтегрується у внутрішнє психологічне поле смислів і цінностей жертви цієї маніпуляції, у її культурні коди. Інтернет як масштабна інформаційно-комунікаційна мережа спричинив як глобалізацію, так і глокалізацію віртуального світу: він здатен транслювати маніпулятивний вплив на не обмежені жодними кордонами відстані, потрапляти в будь-яке локальне середовище.

Віртуальна реальність як культурний феномен суспільного життя має значний потенціал для створення різних культурних ідентичностей, що спрямовують діяльність індивідів у певний напрям і «забезпечують соціокультурне «цементування» їх спільного життя» [9, 271]. Культурна ідентичність особистості передбачає свідоме слідування нею певних норм поведінки, повагу до культурної спадщини, історії, традицій, що засвідчує її приналежність до певної культури чи культурної групи.

Під впливом інформаційних технологій свідомість людини змінюється, це відбувається на її психологічних і когнітивних якостях. Індивід у мережі активно освоює чужий досвід побутування, що послаблює його культурні зв'язки із середовищем, у якому він об'єктивно існує. Крім того, що більше людина перебуває в інтернет-просторі, то все більше корелює себе не з культурними нормами, які усталені звичаями, а з поведінкою та поглядами блогерів. Як зазначає В. Штанько, «проживання» значної частини свого життя в кіберпросторі змушує людину конструювати власну культурну ідентичність в умовах цього специфічного середовища нарівні з формуванням реальної ідентичності» [11, 7]. Віртуальна особистість, як і реальна, має змогу проявляти духовні риси, проте, на відміну від реальної, не має фізичного тіла, що компенсує її здатність тиражувати це тіло в різних проявах віртуально.

Наукова новизна статті полягає в тому, що в ній явище віртуалізації особистості розглянуто як феномен культури, що визначає подальший розвиток цифрового суспільства.

Висновки. Отже, феномен віртуалізації особистості став наслідком віртуалізації реальності – важливого культурного чинника, що спонукає сучасну людину експериментувати із власною ідентичністю, множити свої «я» та реалізовувати їх у різноманітних контекстах нескінченну кількість разів. Штучно створений віртуальний простір задовольнив потребу людини в нових

знаннях, здатності проживати більш яскраві емоції, став онлайн-майданчиком для творчого самопізнання та самовираження. Безперервне виробництво віртуальних версій себе відбувається на психологічних і когнітивних якостях індивіда, змінює його сприйняття реального соціокультурного середовища, формує альтернативну віртуальну картину світу.

### Література

1. Гудінова І. Л. Віртуалізація реальності та її наслідки. *Молодий вчений*. 2015. № 2(6). С. 375–379.
2. Девтеров І. В. Роль та місце кіберкультури в інформаційному суспільстві. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія* : зб. наук. пр. 2010. Вип. 21. С. 218–223.
3. Кириченко В. Соціальна віртуалізація особистості у цифровому інформаційному просторі. URL: [http://eprints.zu.edu.ua/Кириченко В.В. стаття\\_Переяслав.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/Кириченко В.В. стаття_Переяслав.pdf) (дата звернення: січень 2024).
4. Лучинкіна А. І. Типологія віртуальних ідентичностей особистості. *Вісник післядипломної освіти*. 2012. Вип. 8. С. 226–231.
5. Немеш О. М. Психологічні основи інтернет-комунікації. *Актуальні проблеми психології*. 2014. Т. 5, вип. 14. С. 138–146.
6. Огорокова В. В. Модель віртуальної людини доби постмодерну. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2018. Т. 10. № 1–2 (22). С. 38–44.
7. Огорокова В. В. Віртуалізація реальності в сфері кінопростору. *Історіосфера* : матер. XVII наук. конф. / Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського (Одеса, 08–09 квіт. 2022 р.). Одеса : ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2022. С. 28–31.
8. Пилипенко С. Г., Моїсєєва Н. І. Культурна ідентичність особистості в умовах глобалізації та інформатизації сучасності. *Innovative Solutions in Modern Science*. 2017. № 1(10). С. 1.
9. Танчер В. Культурна ідентичність в полікультурному суспільстві. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. № 4. С. 271–285.
10. Харитонова О. І., Харитонов Є. О. Віртуальний світ, віртуальна особистість і симулякри. *Цифрова трансформація та цифрова економіка в умовах воєнного стану: аспекти інтелектуальної власності*. С. 220–224. URL: [http://oklander.info/wp-content/uploads/2022/06/237\\_doclad.pdf#page=221](http://oklander.info/wp-content/uploads/2022/06/237_doclad.pdf#page=221) (дата звернення: січень 2024).
11. Штанько В. І. Віртуальний комунікативний простір і проблеми самоідентифікації особистості. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Теорія культури і філософія науки*. 2012. № 1029(1), вип. 47. С. 5–12.
12. Yanbo Cheng, Yingying Wang. Evaluating the Effect of Outfit on Personality Perception in Virtual

Characters. *Virtual Worlds*. 2024. №3(1). P. 21–39. DOI: <https://doi.org/10.3390/virtualworlds3010002>.

13. Michael P. McCreery, S. Kathleen Krach, P. G. Schrader, Randy Boone. Defining the virtual self: Personality, behavior, and the psychology of embodiment *Computers in Human Behavior* (May 2012). Vol. 28. Iss. 3. P. 976–983.

### *References*

2. Hudinova, I. L. (2015). Virtualisation of Reality and its Consequences. *Young Scientist*, 2(6), 375–379 [in Ukrainian].

3. Devterov, I. V. (2010). Role and Place of Cyber Culture in Information Society. *Scientific Bulletin of the UNESCO Department of the Kyiv National Linguistic University. Philology, pedagogy, psychology*, 21, 218–223 [in Ukrainian].

4. Kyrychenko, V. Social Virtualisation of Personality in Digital Information Space. Retrieved from: [http://eprints.zu.edu.ua/33450/1/Кириченко В.В. стаття Переяслав.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/33450/1/Кириченко%20В.В.%20стаття%20Переяслав.pdf) [in Ukrainian].

5. Luchynkina, A. I. (2012). Typology of Virtual Identities of the Individual. *Bulletin of Postgraduate Education*, 8, 226–231 [in Ukrainian].

6. Nemesh, O. M. (2014). Psychological Foundations of Internet Communication. *Actual Problems of Psychology*, 5(14), 138–146 [in Ukrainian].

7. Okorokova, V. V. (2018). The Model of a Virtual Person of Postmodern Era. *Philosophy and Political Science in the Context of Modern Culture*, 10 (1–2 (22)), 38–44 [in Ukrainian].

8. Okorokova, V. V. (08–09.04.2022). Virtualisation of Reality in Cinema Space. *Historiosphere / South Ukrainian K. D. Ushinsky National Pedagogical University. Odesa: K. D. Ushinsky PNP*, 28–31 [in Ukrainian].

9. Pylypenko, S. H., & Moisieieva, N. I. (2017). Cultural Identity of the Individual in the conditions of

Globalisation and Informatisation of Modernity. *Innovative Solutions in Modern Science*, 1(10), 1 [in Ukrainian].

10. Tancher, V. (2019). Cultural Identity in a Multicultural Society. *International Relations: Theoretical and Practical Aspects*, 4, 271–285 [in Ukrainian].

11. Shtanko, V. I. (2012). Virtual Communicative Space and Problems of Self-Identification of the Individual. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Theory of Culture and Philosophy of Science*, 1029-I, 3–12 [in Ukrainian].

12. Kharytonova, O. I., & Kharytonov, Ye. O. (n.d.). Virtual World, Virtual Personality and Simulacra. *Digital Transformation and Digital Economy under Martial Law: Aspects of Intellectual Property*, 220–224. Retrieved from: [http://oklander.info/wp-content/uploads/2022/06/237\\_doclad.pdf#page=221](http://oklander.info/wp-content/uploads/2022/06/237_doclad.pdf#page=221) [in Ukrainian].

13. Shtanko, V. I. (2012). Virtual Communicative Space and Problems of Self-Identification of the Individual. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Theory of Culture and Philosophy of Science*, 1029(1), 47, 5–12 [in Ukrainian].

14. Yanbo Cheng, Yingying Wang. (2024). Evaluating the Effect of Outfit on Personality Perception in Virtual Characters. *Virtual Worlds*, 3(1), 21–39. DOI: <https://doi.org/10.3390/virtualworlds3010002> [in English].

15. Michael P. McCreery, S. Kathleen Krach, P. G. Schrader, & Randy Boone. (May 2012). Defining the Virtual Self: Personality, Behavior, and the Psychology of Embodiment *Computers in Human Behavior*, 28, (3), 976–983 [in English].

*Стаття надійшла до редакції 02.04.2024  
Отримано після доопрацювання 03.05.2024  
Прийнято до друку 10.05.2024*