

УДК 316.61:004.738.5

Куликов Сергей Владимирович

кандидат философских наук,
доцент филологического факультета,
Российский университет дружбы народов

kulikov_sv@pfur.ru

Курбатов Владимир Иванович

доктор философских наук, профессор
главный научный сотрудник,
Южно-Российский филиал Федерального
научно-исследовательского социологического центра
Российской академии наук. Россия

kurbashy@list.ru

Папа Олеся Михайловна

кандидат философских наук, доцент кафедры
социальных технологий,
Южный федеральный университет

olesyapapa@list.ru

Sergey V. Kulikov

candidate of philosophical sciences
associate professor of philological faculty Russian Peoples'
Friendship University
Moscow, Russia

kulikov_sv@pfur.ru

Vladimir I. Kurbatov

Doctor of the philosophical sciences
professor of South federal university chief researcher,
South-Russian branch of the Federal research Institute
Sociological center of the Russian Federation
Academy of Sciences

kurbashy@list.ru

Olesya M. Papa

candidate of philosophical sciences, docent
of social technologies
Southern Federal University
Rostov – on – Don, Russia

olesyapapa@list.ru

**Виртуальная идентичность в формате самоконструирования:
информационные ресурсы и информационная субъектность**

**Virtual identity in the format of self-construction:
information resources and information subjectivity**

Аннотация. В статье рассматривается индивидуальная виртуальная идентичность, которая конструируется на основе информационной социализации и адаптации личности и, по сути, является самоконструированием для создания своего персонального виртуального «Я». Основой для самоконструирования являются виртуальные цифровые комьюнити как виртуальные сообщества. Информационными ресурсами конструирования виртуальной идентичности являются ресурсы информационно-социальной ориентации и навигации в информационной среде, виртуальные цифровые комьюнити, сетевые медийные электронные платформы, которые являются своеобразными новыми информационно-ролевыми, жанрово-драматургическими и сценическими площадками, служащими средствами формирования виртуальной идентичности в виде информационного образа собственного «Я», а также выступающие базой информационно-коммуникационного взаимодействия, поиска, получения, обмена и использования информации, формой обучения и самообучения, формой персонально-личностного, бытового и профессионального тренинга. Одной из целей самоконструирования виртуальной идентичности является формирование информационной субъектности, которая является формированием идеального информационного образа самого себя и выражается в информационном самоопределении, самореференции, самовыражении, самораскрытии, самоопределении и самокатегоризации. Другой целью конструирования виртуальной идентичности является создание и поддержание информационного статуса в виртуальном сообществе, что проявляется в использовании различных символических средств, в ролевом участии и использовании принятых в виртуальном сообществе правил, ценностей и оценок.

Ключевые слова: виртуальная идентичность, конструирование, самоконструирование, информационная субъектность, виртуальные комьюнити, информационный статус.

Summary. The article deals with the individual virtual identity of the user, which is constructed on the basis of informational socialization and adaptation, and in fact is a self-construction to create their own personal virtual "I". The basis for self-construction are virtual digital communities as virtual communities. Information resources for constructing a virtual identity are resources of information and social orientation and navigation in the information environment, virtual digital communities, network media electronic platforms, which are a kind of new information-role, genre-drama and stage platforms that serve as a means of forming a virtual identity in the form of an information image. own "I", as well as acting as the basis of information and communication interaction, search, receipt, exchange and use of information, a form of learning and self-learning, a form of personal-personal, everyday and professional training. One of the goals of virtual identity self-construction is the formation of informational subjectivity, which is the formation of an ideal informational image of oneself and is expressed in informational self-determination, self-reference, self-expression, self-disclosure, self-determination and self-categorization. Another goal of constructing a virtual identity is to create and

maintain an informational status in a virtual community, which is manifested in the use of various symbolic means, role participation and the use of rules, values and assessments accepted in a virtual community.

Keywords: *virtual identity, construction, self-design, information subjectivity, virtual communities, information status.*

Актуальность темы исследования.

Идентичность человека в самом общем виде может быть охарактеризована как некая индивидуальная атрибуция его принадлежности к общности людей, при этом данная общность может быть социальной, государственно-гражданской, национально-этнической, религиозной, профессиональной и т.п. Понятие «идентичность» является многозначным и многоуровневым. Более того, человеку может быть свойственно много идентичностей, например, человек, проживающий на Юге России, семьянин, менеджер компании, член корпоративной команды, блогер и т.д., а также, сложившаяся идентичность человека может изменяться, трансформироваться, модифицироваться, в соответствии с чем все различные варианты идентичности представляют собой некий феномен гиперидентичности.

Идентичность человека проявляется, прежде всего, в самоидентификации и самопонимании, что представляет собой жизненно важную процедуру, поскольку характеризует его самость, жизненные ориентиры, сценарии его поведения, личностные предпочтения, его самоопределение и одновременно его самопрезентацию в коллективе и в социуме.

Исследование феномена идентичности актуально всегда, но особенно актуальность данного исследования обострилась в настоящее время, которое характеризуется глобальной информатизацией, порождением новой реальности, реальности виртуальной, которая является некоей альтернативой по отношению к традиционно понимаемой реальности, а самое главное – это появлением нового человека, которого, как только не называют: и «гражданин информационной вселенной», и «человек кликающий», и «Homo informaticus», и «цифровой человек», и член виртуального комьюнити, цифровой диаспоры и т.п.

Это связано с тем, что человек как бы одновременно «прописан» в двух реальностях: в реальности, понимаемой традиционно и в новой, виртуальной реальности, в соответствии с чем он обретает в дополнение к традиционной идентичности еще и идентичность виртуальную. Согласно этому, возникает множество вопросов, а именно: Что из себя представляет виртуальная идентичность? Каковы ее типаж и функционалы? Является ли она элиминацией традиционной идентичности, ее альтернативой или ее трансформацией и информационно-виртуальной модификацией?

Обозначив данные вопросы, необходимо, на наш взгляд, обозначить и характерологические особенности современных условий и обстоятельств, которые делают эти вопросы значимыми и актуальными. В число данных условий и обстоятельств, актуализирующих эти вопросы, входят вопросы о том: Как изменился мир? А именно то, что альтернативой традиционно

понимаемому миру возник мир виртуальный, возникли новые формы объединений людей как новые формы социальности в виде виртуальных комьюнити, которые самоуправляются и самоорганизуются, возникли новые типы социальных, трансграничных и транснациональных связей, изменилась среда обитания человека, трансформировавшись от отношения «человек – мир» в отношении «человек – компьютер» и «человек – глобальный информационный универсум», соответственно. В этом мире изменились ценности, воздвигнув во главу угла как главную ценность – информацию, изменились отношения, сделав главными информационно-коммуникационные интерактивные отношения. Человек, приобретающий виртуальную идентичность, становится информационным феноменом. Это происходит на фоне возникновения нового социума, который становится виртуально-информационным социумом, таким квази-социумом, основанным на новых информационно-технологических и коммуникационных механизмах передачи опыта, обучения, трансляции культуры и социализации.

Все указанные проблемы усугубляются в связи с развитием искусственного интеллекта, «машинного, компьютерного разума», в связи с чем, с неизбежностью трансформируется то самоопределение человека, которое называется идентичностью, и исследователи, такие как М.Гролл и М. Фасслер [1], называют виртуальную идентичность «смешанной идентичностью», И.Е. Ржанова, В.С. Бритова, О.С. Алексеева, Ю.А. Бурдукова, Б. Беккер называют ее «флюидной идентичностью и флюидным интеллектом» [2], Е.Г. Головин, В.М. Большакова называют «электронной идентичностью» [3], А.В.Багаева «гибридной самоидентичностью» [4], А.Е.Войскунский, А.С. Евдокименко, Н.Ю. Федунина, Ч. Рослер «сетевой идентичностью» [5], С.В. Воробьева, С. Лахлоу, И. Янг, Э. Льюис, Дж.Ньюмарч, «цифровой идентичностью» [6]. Трансформации человеческой идентичности, как отмечают Р. Брудбакер и Ф. Купер, являются основаниями оценок типа «потеря человеческой индивидуальности», «потеря идентичности», «пределы и кризис идентичности» и формирование состояния неопределенности [7]. Все перечисленные проблемные узлы делают актуальной теоретической задачей изучение виртуальной идентичности современного человека.

Основная цель исследования.

Основная цель исследования выражается в анализе конструирования виртуальной идентичности, которая выражается в исследовании механизмов и информационных ресурсов самоконструирования, в выявлении основных целей самоконструирования в виде формирования информационной субъектности, создании и поддержании информационного статуса в виртуальном цифровом комьюнити.

Авторская гипотеза.

Основным механизмом формирования виртуальной идентичности является самоконструирование, которое используя соответствующие информационные ресурсы имеет целью порождение информационной субъектности, выражающейся в самоконструировании, самореференции, самовыражении,

самораскрытии, самопредъявлении, самопрезентации и самокатегоризации, а также в создании и поддержании своего информационного статуса в цифровом виртуальном комьюнити.

Методология исследования.

На сегодняшний день сложились следующие основные парадигмы изучения виртуальной идентичности как информационного феномена:

- 1) изучение маркеров поведения пользователей в киберпространстве;
- 2) анализ цифрового формата информационно-коммуникационного взаимодействия;
- 3) М. Гролл и М. Фасслер [1], пользование данных социологической статистики о пользователях информационных ресурсов;
- 4) отслеживание транснациональных цифровых связей между пользователями и виртуальными комьюнити (цифровыми диаспорами).

Нам представляется необходимым добавление системных методов социального конструирования, методов оценки сообщений в социальных сетях, становящихся новым типом информационно-коммуникационного взаимодействия в виде виртуальных социальных медиа, что выражает собой междисциплинарный подход и медиа-центричность исследования.

Рассмотрение концептуального наполнения понятий «виртуальная идентичность» и «цифровая идентичность» предполагает также использование принципов экспликации реальности (социальной, коммуникационной, консенсусной и медиа-реальности), понимание цифрового информационного феномена как виртуальной модели объяснения реальности и как способа информационного цифрового конструирования реальности.

Обсуждение.

Как подчеркивают современные исследователи, такие как М. Маклюэн, Э. Дикер, Дж.П. Эвлик, индивидуальная виртуальная идентичность конструируется на основе социализации и адаптации на базе медийных платформ глобального информационно-коммуникационного взаимодействия [8]. Для конструирования виртуальной идентичности, для создания персонального виртуального «Я» и его трансформации в информационно-публичное «Я» привлекаются следующие информационные ресурсы:

- 1) информационно-социальные и социетальные, профессионально-ориентированные и персонально-личностные информационные профили;
- 2) ресурсы информационно-социальной ориентации и навигации в информационной среде;
- 3) виртуальные цифровые комьюнити как виртуальные сообщества, являющиеся информационными ресурсами, на основе которых формируется электронная платформа социальных сетей;
- 4) электронные платформы, которые являются своеобразными новыми информационно-ролевыми, жанрово-драматургическими и сценическими площадками, служащими средствами формирования виртуальной идентичности в виде информационного образа собственного «Я», что является конструктивистской основой формирования виртуальной идентичности;

5) электронные платформы социальных сетей, которые являются базой информационно-коммуникационного взаимодействия, поиска, получения, обмена и использования информации, формой обучения и самообучения, формой персонально-личностного, бытового и профессионального тренинга;

6) текстовые, графические, визуальные и аудио информационные ресурсы, позволяющие становиться пользователями, актерами и авторами информационных сообщений и персональных новостей, т.е. благодаря виртуальной идентичности осуществлять наиболее эффективная адаптация к глобальной и интерактивной информационной среде посредством трансформации персонального участия в информационном взаимодействии в публичную сферу;

7) кроме информационно-операционального ресурса, важным ресурсом является и аффективно-эмоциональный ресурс, который дает возможность управления впечатлениями, как о персональном «Я», так и о виртуальном сообществе с помощью персонального профайла, в котором пользователь конструирует свое персональное «Я».

Итак, для конструирования виртуальной идентичности привлекаются - социальные, социетальные, персонально-личностные и профессиональные информационные профили. При этом социальные сети, становясь сетевым публичным медиа, предоставляют собой организационную, техническую, технологическую, программную, унификационно-лингвистическую и коммуникационно-организационную инфраструктуру для полноценного включения пользователя в информационную среду, что позволяет сформировать у пользователя, формирующего виртуальную идентичность, информационную субъектность.

Конструирование виртуальной идентичности, в свете перечисленных выше черт, обладает целым рядом характерологических особенностей. Прежде всего, конструирование виртуальной идентичности есть во многом самоконструирование, посредством которого осуществляется микширование традиционно понимаемого реального и индивидуального «Я» с виртуальным «Я», которое с одной стороны является профилем информационного отражения реального «Я» в информационной среде, а с другой стороны, адаптацией к данной информационной среде, которая служит формой поддержания его информационного статуса, как члена виртуального сообщества, актора и субъекта коммуникационно-информационного взаимодействия.

Заметим, что для формирования и поддержания своего информационного статуса пользователю достаточно быть представителем определенного виртуального сообщества, что подтверждается следующими факторами:

- используемыми соответствующими информационными маркерами в жанрово – драматургической медийной схеме информационно-коммуникационного взаимодействия;

- общей с виртуальным сообществом оценкой тех или иных реальных фактов, событий и отношений или виртуальных конструктов;

- отражением данных оценок фактов и событий в информационно – медийной виртуальной публичной сфере.

Формирование виртуального «Я» пользователя характеризуются унификационной универсальностью и глобальностью, что необходимо для использования в различных контентх и контекстах и, как отмечают такие исследователи, как Л. Акесон и П. Бакагни [9] глобализацией, которая по словам данных исследователей «происходит изнутри», а также по мнению С. Вертовес, К. Вилкама и Дж. Гроенволда [10], становится межкультурной или интеркультурной.

Цифровые модификации идентичности очень многообразны. К ним относят, прежде всего, сетевую идентичность, в которой основными параметрами самоопределения являются ресурсы социальной сети. Формируемая виртуальная цифровая идентичность, по словам М. Дурхама приобретает транснациональный трансграничный характер [11].

На основе того, что виртуальная идентичность стремится быть универсальной, транснациональной, трансграничной и межкультурной, она приобретает такие черты, которые выходят за границы этнической, национальной и территориально-государственной атрибуции. Целый ряд авторов, например, К. Вагнер, Б. Немети, Э. Ренирис, П. Лэнг, Э. Брунет и Э. Хольст называют такую атрибуцию, как «интернациональную само-суверенность» [12].

Обобщая суждения о конструировании виртуальной идентичности нужно отметить, что одной из основных целей является, как отмечает Г. Брейкуэлл, формирование информационно-коммуникационной субъектности [13]. Ряд параметров информационно-коммуникационной субъектности в виде унификационной универсальности информационного статуса, как члена виртуального сообщества, актора и субъекта коммуникационно-информационного взаимодействия, трансформирующего свое персональное «Я» в «Я» публичное. Очевидно, что становление виртуальной идентичности как формирование информационной субъектности требует дальнейшей разработки и конкретизации этого понятия, что и имеет место в виде такой экспликации, например, по мнению Е.В. Уханова и С. Туркле, выражается в виде формирования идеального образа самого себя, и, как отмечают О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин и А.Е. Войскунский, осуществляется через посредство самореализации, которая является основным мотивом информационного взаимодействия для, и по мнению З. Баумана выступает как самопрезентация пользователя, а также, с точки зрения И.Т. Касавина и С.П. Щавелева, выступает выражением самотождественности пользователя, что в конечном счете, как пишут Е.П. Белинская и Дж. Тернер, является основанием для самокатегоризации пользователя, обретшего информационную субъектность [14].

Думается, что необходимо продолжить конкретизацию указанных подходов, в частности, уточнить параметры информационной субъектности. Процесс конструирования индивидуальной виртуальной идентичности представляется нам достаточно сложным и, являясь личностной рефлексией, он включает в себя также следующие компоненты:

- самоопределение личности пользователя, что всегда связано с личностным развитием и ростом, с формированием его индивидуальности;
- самореференцию как операцию, посредством которой «Я» (внутреннее) отличает себя от «Нечто» (внешнего);
- самовыражение, которое характеризует процесс проявления внутреннего мира личности вовне, в окружающий информационный мир;
- самораскрытие как преднамеренное, т.е. сознательное и добровольное открытие другим людям своих внутренних психических состояний, а также установление психологической, личностной и социальной дистанции;
- самопредъявление как намеренное конструирование собственного образа с целью оказания должного влияния на окружающих.

При этом информационная субъектность, выражающаяся в формировании идеального образа самого себя, самореализации, самопрезентации, самоидентификации и самокатегоризации, не является неизменным информационным образом и во многом определяется контекстом и контентом информационно-коммуникационного взаимодействия и приобретает, как пишет Де Финн, в ряде случаев ситуационно предписанные идентичности, в соответствии с чем системная виртуальная идентичность представляет модель «капитала виртуальной идентичности», что, по мнению Дж.Э. Котэ и С.Г. Левина, есть система внешних и внутренних информационных ресурсов, которые позволяют пользователю информационных ресурсов эффективно самоопределяться в условиях глобальной информационной неопределенности [15]. Отмеченные выше черты виртуальной идентичности, как отмечает Л.Н. Соловьев, дают возможность характеризовать ее как множественную и фрагментарную, которая наполнена симулякрами, размывающую идентичность личности во множестве плюралистических смыслов [16].

Формирование информационной субъектности как одной из целей порождения виртуальной идентичности, тесно сопряжена с другой целью, а именно, с формированием и поддержанием информационного статуса члена цифровой общины и групповой солидарности с членами данной общины. Чтобы сформировать информационный статус пользователю, как показывают исследования таких авторов, как И. Андри, Ф. Вонга, Э.К. Кампоамор, З.Панайотис и П.де Филиппи, ему достаточно быть представителем данного цифрового сообщества, что подтверждается следующими факторами:

- используемыми соответствующими символическими маркерами;
- реализовать свою информационную роль в виде виртуальной идентичности в жанрово-драматургической медийной схеме информационно – коммуникационного взаимодействия;
- придерживаться принятых в данном сообществе системы ценностей и оценок тех или иных реальных или виртуальных фактов, событий и отношений или их виртуальных конструкторов;
- отражением данных фактов и событий в информационно-медийной сфере, трансформируя контенты сообщений своего персонального «Я» в публичную форму, принятую в данном информационном сообществе [17].

Формирование и поддержание информационного статуса также становится виртуальным ресурсом информационной субъектности, который приобретает в индивидуальной профессиональной и личностной биографии пользователя, в связи с его информационной траекторией в виртуальном сообществе.

Основные результаты.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Индивидуальная виртуальная идентичность конструируется на основе социализации и адаптации личности на базе медийных платформ глобального информационно-коммуникационного взаимодействия, при этом конструирование индивидуальной идентичности является самоконструированием для создания своего персонального виртуального «Я» и его трансформации в информационно-публичное «Я», для чего привлекаются различные информационные ресурсы, в частности, информационно-социальные и социетальные, профессионально-ориентированные и персонально-личностные информационные профили; ресурсы информационно-социальной ориентации и навигации в информационной среде.

Основой для самоконструирования являются виртуальные цифровые комьюнити как виртуальные сообщества, являющиеся информационными ресурсами, на основе которых формируется электронная платформа социальных сетей, электронные платформы, которые являются своеобразными новыми информационно-ролевыми, жанрово-драматургическими и сценическими площадками, служащими средствами формирования виртуальной идентичности в виде информационного образа собственного «Я», что является конструктивистской основой формирования виртуальной идентичности. При этом электронные платформы социальных сетей, выступают базой информационно-коммуникационного взаимодействия, поиска, получения, обмена и использования информации, формой обучения и самообучения, формой персонально-личностного, бытового и профессионального тренинга. Указанное взаимодействие реализуется в продуцировании текстовых, графических, визуальных и аудио информационных ресурсов, которые позволяют пользователям быть актерами и авторами информационных сообщений, т.е., благодаря виртуальной идентичности реализуется возможность осуществлять наиболее эффективную адаптацию к глобальной и интерактивной информационной среде посредством трансформации персонального участия в информационном взаимодействии в публичную сферу.

Дополнением к указанным механизмам использования информационно-операционального ресурса конструирования и самоконструирования виртуальной идентичности привлекаются и аффективно-эмоциональные ресурсы, которые дают возможность управления впечатлениями, как о персональном «Я», так и о виртуальном сообществе с помощью персонального профайла, в котором пользователь конструирует свое персональное «Я», что позволяет сделать вывод о том, что для конструирования и самоконструирования виртуальной идентичности привлекаются - социальные,

социетальные, персонально-личностные, профессиональные и личностные аффективно-эмоциональные информационные профили.

Литература

1. Groll, M., Faßler, M. *Cyber-Moderne. Medienrevolution, globale Netzwerke und die Künste der Kommunikation // MEDIENwissenschaft: Rezensionen. Reviews, 2000, Jg. 17. Nr. 2, - S. 244–246. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2000.2.2785>.*

2. Ржанова И.Е., Бритова В.С., Алексеева О.С., Бурдукова Ю.А. *Флюидный интеллект: обзор зарубежных исследований [Электронный ресурс] // Клиническая и специальная психология. 2018. Том 7. № 4. С. 19–43. doi: 10.17759/psyclin.2018070402; Becker Barbara, Paetau M. *Virtualisierung des Sozialen: Die Informationgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Frankfurt/Main, 1997.**

3. Головин Е. Г., Большакова В. М. *Электронная идентификация личности гражданина: за и против // Власть. 2014. Том. 22. № 8. - С. 33-36.*

4. Багаева А.В. *Гибридная самоидентичность: итог совместимости несоединимого // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 10. - С. 31–34. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.10.4>*

5. Войскунский, АЕ., Евдокименк, А.С., Федунина. Н.Ю. *Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10. № 2. - С. 98–121.; Roesler Ch. *The Self in cyberspace: Identity formation in postmodern societies and Jung's Self as an objective Psyche // Journal of Analytical Psychology. 2008. № 53. – pp. 421–436.**

6. Воробьева, С.В. *Цифровая идентичность в сетевом сообществе: практики номадизма и пограничные состояния // Феномен границы в глобализирующемся мире: сб. науч. ст. / Витеб. гос. ун-т; редкол.: М.А. Слемнев (гл. ред.), Е.В. Давлятова, Э.И. Рудковский. Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2020. - С.121–124.; Lahlou, S. *Identity, Social Status, Privacy and Face-Keeping in Digital Society // Social Sciences Information. 2008. Vol. 47. No 3. - pp. 299-330.; Yang, Y., Lewis, E., Newmarch J. *Profile-Based Digital Identity Management - a Better Way to Combat Fraud // Proceedings of 2010 IEEE International Symposium on Technology and Society, 7-9 June 2010, Wollongong, NSW, Australia. 2010. – pp. 260-267. doi: 10.1109/ISTAS.2010.5514629***

7. Brubaker R., Cooper F. *beyond identity // Theory a society. - Dordrecht, 2000. - Vol. 29, n 1. - pp. 1-47;*

8. Маклюэн М. *Понимание медиа: внешние расширения человека. - М.: Кучково поле, 2007. – 464.; Diker E. *Social Media and Migration // Review of Political and Social research Institute of Europe. 2015. URL: <http://ps-europe.org/social-media-and-migration/> (accessed: 30.10.2016).; Pavlik J. (2008). *Media in the digital age. New York: Columbia University Press. 2008.***

9. Akesson, L 2011, 'Multicultural ideology and transnational family ties among descendants of Cape Verdeans in Sweden. 2011 // *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2011, vol. 37, no. 2, pp. 217–23.; Boccagni, P. (2011) 'Rethinking

transnational studies: Transnational ties and the transnationalism of everyday life, *European Journal of Social Theory*, 15(1), pp 117- 132.;

10. Vertovec, S. *Transnationalism and identity* // *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2001, vol. 27, no. 4, pp. 573–582, DOI: 10.1080/13691830120090386. Vilkama, K. 2010, «Kaupungin laidalla». *Kantaväestön ja maahanmuuttajataustaisten alueellinen eriytyminen Helsingissä*. 2010. *Terra*, vol. 122, № 4, - pp. 183–200.

11. Durham, M.G. (2004). *Constructing the «new ethnicities»: Media, sexuality and diaspora identity in the lives of South Asian immigrant girls*. *Critical Studies in Media Communication*. 2004. № 21(2), - p. 40-161.

12. Wagner, K., Némethi, B., Renieris, E., Lang, P., Brunet, E., Holst, E. 'Self-Sovereign Identity // Position Paper. Blockchain Bundesverband. Available online at: <https://www.bundesblock.de/wp-content/uploads/2018/10/ssi-paper.pdf> (accessed 7. 08, 2019).

13. Breakwell, G.M. *Resisting representations and identity processes* // *Papers on Social Representations*. 2010. Vol. 19. - P. 6.1–6.11.

14. Уханов, Е.В. Идентичность в сетевых коммуникациях // *Философские науки*. 2009. № 10. - С. 59–72. 8. Turkle, S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* // *Basic Books*, 2012. - 384 p.; Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернета [Электронный ресурс] // *HR-Portal*. 2005. 1 янв. URL: <http://hr-portal.ru/article/arestova-onbabanin-ln-boyskunskiy-ae-motivaciya-polzovateley-interneta> (дата обращения: 14.12.2018).; Бауман З. *Текущая современность* / Пер. с англ. Под ред. Ю.В.Асочакова. – СПб., 2008.; Касавин И.Т., Щавелев С.П. *Анализ повседневности*. М.: Канон +, 2004. - 432 с.; Белинская Е.П. *Современные исследования идентичности: от структурной определенности к процессуальности и незавершенности* // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология и педагогика*. 2018. Т. 8. Вып. 1. С. 6–15.; Turner J. *Self and collective: cognition and social context* // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1994. Vol. 20 (5). P. 454–463.

15. De Fina A. *Group identity, narrative and self-representations* // *Discourse and identity* / eds. A.De Fina, D. Schiffrin, M.Bamberg. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. P. 351–375.; Côté J.E., Levine C.G. *Identity formation, agency, and culture: A social psychological synthesis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2002. - 245 p.

16. Соловьева Л.Н. [Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы](#) // *Вестник Российского университета Дружбы народов: Информатизация образования*. 2019. [Том 16, № 3, - с. 207-218.](#)

17. Panayiotis, Z., Andri, I. *Learning and Collaboration Technologies* // *Learning and Teaching: 5-th International Conference, LCT 2018, Las Vegas, NV, USA, July 15-20, 2018, Proceedings*. Cham, Switzerland: Springer. p. 100. [ISBN 9783319911519](#); Wang F., P.de Filippi *Self-Sovereign Identity in a Globalized World: Credentials-Based Identity Systems as a Driver for* //

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02445189/document> (date of treatment 01.23.2020).

Reference

1. Groll, M., Faßler, M. *Cyber-Moderne. Medienrevolution, globale Netzwerke und die Künste der Kommunikation // MEDIENwissenschaft: Rezensionen. Reviews*, 2000, Jg. 17. Nr. 2, - S. 244–246. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2000.2.2785>.

2. Rzhanova I.E., Britova V.S., Alekseeva O.S., Burdukova Yu.A. *Fluid intelligence: a review of foreign studies [electronic resource] // Clinical and special psychology*. 2018. Volume 7. No. 4. C. 19–43. doi: 10.17759/psyclin.2018070402; Becker Barbara, Paetau M. *Virtualisierung des Sozialen: Die Informationgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung*. Frankfurt/Main, 1997.

3. Golovin E. G., Bolshakova V. M. *Electronic identification of a citizen's personality: pros and cons // Power*. 2014. Vol. 22. No. 8. - S. 33-36.

4. Bagaeva A.V. *Hybrid self-identity: the result of the compatibility of the incompatible // Society: sociology, psychology, pedagogy*. 2021. No. 10. - S. 31–34. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.10.4>

5. Voiskunsky, A.E., Evdokimenko, A.S., Fedunina. N.Yu. *Network and real identity: a comparative study // Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2013. V. 10. No. 2. - S. 98–121.; Roesler Ch. *The Self in cyberspace: Identity formation in postmodern societies and Jung's Self as an objective Psyche // Journal of Analytical Psychology*. 2008. No. 53. - pp. 421–436.

6. Vorob'eva S.V. *Digital Identity in the Network Community: Nomadism Practices and Border Conditions // Border Phenomenon in a Globalizing World: Scientific Art. / Viteb. state un-t; editorial board: M.A. Slemnev (editor-in-chief), E.V. Davlyatova, E.I. Rudkovsky*. Vitebsk: VSU named after P.M. Masherova, 2020. - C.121–124.; Lahlou, S. *Identity, Social Status, Privacy and Face-Keeping in Digital Society // Social Sciences Information*. 2008 Vol. 47. No 3. - pp. 299-330.; Yang, Y., Lewis, E., Newmarch J. *Profile-Based Digital Identity Management - a Better Way to Combat Fraud // Proceedings of 2010 IEEE International Symposium on Technology and Society, 7-9 June 2010, Wollongong, NSW, Australia . 2010. - pp. 260-267. doi:10.1109/ISTAS.2010.5514629*

7. Brubaker R., Cooper F. *beyond identity // Theory a society*. - Dordrecht, 2000. - Vol. 29, n 1. - pp. 1-47;

8. McLuhan M. *Understanding media: human external extensions*. - M.: Kuchkovo field, 2007. - 464.; Diker E. *Social Media and Migration // Review of Political and Social research Institute of Europe*. 2015. URL: <http://ps-europe.org/social-media-and-migration/> (accessed: 30.10.2016).; Pavlik J. (2008). *Media in the digital age*. New York: Columbia University Press. 2008.

9. Åkesson, L 2011, 'Multicultural ideology and transnational family ties among descendants of Cape Verdeans in Sweden. 2011 // *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2011, vol. 37, no. 2, pp. 217–23.; Boccagni, P. (2011) 'Rethinking transnational studies: Transnational ties and the transnationalism of everyday life', *European Journal of Social Theory*, 15(1), pp 117-132.;

10. Vertovec, S. *Transnationalism and identity* // *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2001, vol. 27, no. 4, pp. 573–582, DOI: 10.1080/13691830120090386. Vilkama, K. 2010, 'Kaupungin laidalla. Kantaväestön ja maahanmuuttajataustaisten alueellinen eriytyminen Helsingissä. 2010. *Terra*, vol. 122, No. 4, - pp. 183–200.

11. Durham, M.G. (2004). *Constructing the «new ethnicities»: Media, sexuality and diaspora identity in the lives of South Asian immigrant girls*. *Critical Studies in Media Communication*. 2004. No. 21(2), 1-r. 40 161.

12. Wagner, K., Némethi, B., Renieris, E., Lang, P., Brunet, E., Holst, E. 'Self-Sovereign Identity // Position Paper. Blockchain Bundesverband. Available online at: <https://www.bundesblock.de/wp-content/uploads/2018/10/ssi-paper.pdf> (accessed 7. 08, 2019).

13. Breakwell, G.M. *Resisting representations and identity processes* // *Papers on Social Representations*. 2010 Vol. 19. - R. 6.1–6.11.

14. Ukhanov E.V. *Identity in network communications* // *Philosophical sciences*. 2009. No. 10. - S. 59–72. 8. Turkle, S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* // *Basic Books*, 2012. - 384 rubles; Arestova O.N., Babanin L.N., Voiskunsky A.E. *Motivation of Internet users [Electronic resource]* // *HR-Portal*. Jan 1, 2005 URL: <http://hr-portal.ru/article/arestova-onbabanin-ln-boyskunskiy-ae-motivaciya-polzovateley-interneta> (date of access: 12/14/2018).; Bauman Z. *Fluid modernity* / *Per. from English*. Ed. Yu.V.Asochakov. - St. Petersburg, 2008.; Kasavin I.T., Shavelev S.P. *Analysis of everyday life*. M.: Kanon+, 2004. - 432 p.; Belinskaya E.P. *Modern studies of identity: from structural certainty to procedurality and incompleteness* // *Bulletin of St. Petersburg University. Psychology and pedagogy*. 2018. Vol. 8. Issue. 1. S. 6–15.; Turner J. *Self and collective: cognition and social context* // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1994 Vol. 20(5). R. 454–463.

15. De Fina A. *Group identity, narrative and self-representations* // *Discourse and identity* / eds. A. De Fina, D. Schiffrin, M. Bamberg. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. P. 351-375.; Côte J.E., Levine C.G. *Identity formation, agency, and culture: A social psychological synthesis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2002. - \$245

16. Solovieva L.N. *Digital Identity, Digital Self-Identification, Digital Profile: Statement of the Problem* // *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia: Informatization of Education*. 2019. Volume 16, No. 3, - p. 207-218.

17. Panayiotis, Z., Andri, I. *Learning and Collaboration Technologies* // *Learning and Teaching: 5-th International Conference, LCT 2018, Las Vegas, NV, USA, July 15-20, 2018, Proceedings*. Cham, Switzerland: Springer. p. 100. ISBN 9783319911519; Wang F., P.de Filippi *Self-Sovereign Identity in a Globalized World: Credentials-Based Identity Systems as a Driver for* // <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02445189/document> (date of treatment 01.23. 2020).