

УДК 304.44

DOI 10.18522/2227-8656.2022.2.14

Тип статьи в журнале – научная

**КОММУНИКАТИВНЫЕ
И ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ
ТРАНСФОРМАЦИИ
КАК СУЩНОСТНЫЕ
ПРОЯВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ
КУЛЬТУРЫ**

**COMMUNICATION
AND IDENTIFICATION
TRANSFORMATIONS
AS ESSENTIAL
MANIFESTATIONS OF
DIGITAL CULTURE**

© 2022 г.

**О. М. Шевченко*,
Л. Л. Штофер****

© 2022

**O. M. Shevchenko*,
L. L. Shtofer****

* *Институт социологии
и регионоведения
Южного федерального университета,
г. Ростов-на-Дону, Россия*
** *Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону, Россия*

* *Institute of Sociology
and Regional Studies,
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia*
** *Rostov State University
of Economics,
Rostov-on-Don, Russia*

Цель исследования заключается в рассмотрении специфики цифровой культуры в контексте коммуникативных и идентификационных трансформаций.

Objective of the study to consider the specifics of digital culture in the context of communicative and identification transformations.

Методологическую базу составляет конструктивистский подход, положения теории информационного общества, концепции цифровой культуры, теории идентичности.

Methodological basis of the research is the constructivist approach, the provisions of the theory of the information society, the concept of digital culture, identity theory.

Результаты исследования. В данной статье анализируется современная цифровая среда, которая задает параметры ценностных и ментальных установок личности, создавая новые коммуникационные практики и формируя новую цифровую идентичность. В условиях цифровой коммуникации повседневность (своя и чужая) становится объектом визуализации, делает прозрачной частную жизнь, лишая её такого качества традиционной культуры, как приватность. Конструирование виртуальных фантомов, позиционируемых в качестве индивидуально-личностных идентификаторов субъекта,

Research results. This article analyzes the modern digital environment, which sets the parameters of the value and mental attitudes of the individual, creating new communication practices and forming a new digital identity. In the conditions of digital communication, everyday life (one's own and others') becomes an object of visualization, makes private life transparent, depriving it of such a quality of traditional culture as privacy. The construction of virtual phantoms, positioned as individual personal identifiers of the subject, and their management

и управление ими в социальных сетях свидетельствуют о переходе от исторически сложившейся эмоциональной основы идентификации к репрезентативно-демонстративным практикам, стремлению казаться, а не быть, характерному для визуальной цифровой культуры.

Перспективы исследования. Проблема развития цифровой культуры представляет научный и практический интерес в связи с необходимостью понимания специфики трансформации идентичности человека в условиях цифровизации всех сфер социальной жизни.

Ключевые слова: информационная культура, цифровая культура, цифровая коммуникация, цифровая идентичность, цифровые трансформации, идентификационные фантомы, повседневность

in social networks indicates a departure from the historically established emotional basis of identification to representative and demonstrative practices, the desire to “seem” and not “be”, which is characteristic of visual digital culture.

Prospects of the study. The problem of the development of digital culture is of scientific and practical interest in connection with the need to understand the specifics of the transformation of human identity in the context of digitalization of all spheres of social life.

Keywords: information culture, digital culture, digital communication, digital identity, digital transformations, identification phantoms, everyday life

Введение. На протяжении последних пятидесяти лет, с 70-х гг. XX в. и по настоящее время, идет процесс зарождения и развития цифровой культуры. Её основой является информационная инфраструктура, вырастающая, по общему мнению, на основе глобальной сети Интернет. Результатом появления новых информационно-коммуникационных технологий стало формирование новой культурной парадигмы, основой которой выступает прежде всего информационно-коммуникативное взаимодействие, обусловленное необходимостью поиска, получения, передачи, сохранения информации.

Информационная культура генерирует появление новых материальных и духовных ценностей, создает особую знаково-символическую виртуальную реальность, которая «стремительно развиваясь... уже сегодня не знает границ и с легкостью преодолевает возникающие преграды» (Егоров, 2016).

Нынешнее состояние информационной культуры определяется как цифровой этап, связанный не только с цифровизацией всех форм контента, но и с «диджитализацией» человека (понятие, введенное Ч. Гиром), возникновением новых компетенций, новых форм организации жизни людей, трансформацией природы культурного потребления и в итоге революционными изменениями самой человеческой природы – фактически антропологической революцией.

Таким образом, создание Интернета и дальнейшее развитие глобальной сети не ограничивается лишь технико-технологическим значением, приобретая значение философско-антропологическое.

Методология и методы. В статье использован конструктивистский подход, представленный в работах (Бергер, 1995), позволяющий понять меха-

низмы конструирования социальной реальности, включенные в процесс социализации и идентификации человека. В исследовании используются положения теории информационного общества (Тоффлер, 2010; Кастельс, 2000; Белл, 1999), объясняющие динамику общественного развития и роль технологий в появлении постиндустриального типа общества.

Методологически концептуальными являются положения теории цифровой трансформации общества, представленной в работах (Шмидт, 2013), раскрывающих влияние современных технологий на организацию экономической, политической и повседневной жизни человека. Различные аспекты цифровой культуры исследуются в работах (Gere, 2002; Levinson, 1999; Harris, 2005). Авторы анализируют степень вхождения цифровых технологий в жизнь человека, их роль в изменении его ценностных установок и культурных практик.

Специфика цифровой коммуникации. Генезис новой социальной реальности, сопровождающийся изменением качества коммуникации и самоопределения личности в обществе на иных, чем прежде, онтологических, антропологических, аксиологических, этических основаниях, формирует запрос на её теоретическое осмысление (Труфанова, 2020).

Во-первых, глобальная сеть формирует информационную среду, результатом чего становится принципиально новое восприятие людьми реальности, включая изменения пространственно-временных характеристик и возможности их виртуального преодоления, недостижимые в реальной жизни (Багдасарян, 2021). Поскольку границы времени и места существуют лишь в субъективном восприятии пользователя, сама виртуальность формируется хаотично, её детерминантой выступает то или иное желание пользователя, а сам виртуальный мир выстраивается при помощи гипертекстовых технологий, возникает симулятивный хронотоп (Селютин, 2012).

Во-вторых, постепенно стирается граница между реальным и виртуальным мирами, причем второй приобретает всю большую значимость и ценность. Размывание грани между реальным и виртуальным трансформирует этическую позицию субъекта социальной коммуникации в отношении объектов, явлений и процессов в подвижной информационной среде. Столь же «подвижными» становятся представления о свободе и ответственности, допустимом и недопустимом в отношении других субъектов и общества в целом, опирающиеся не на моральные абсолюты, а произвольно и ситуативно конструируемые пользователем (Басалаева, 2010).

В-третьих, возможность межличностного контакта внутри виртуальной реальности с использованием дополнительных устройств (веб-камеры, имеющие различное разрешение, высокочувствительные микрофоны, акустические системы) и высокой скорости взаимодействия позволяет максимально точно воссоздать процесс живого общения (Солодовник, 2016). Интерактивность сетевой коммуникации дает возможность одновременного участия в

нескольких процессах общения, не связанных между собой, позволяя участникам оставаться анонимными при помощи методов шифрования.

Как результат, коммуницирование в виртуальной среде происходит посредством особого, сложившегося в рамках сетевого общения дискурса, имеющего как собственные правила, так и определенный эмоциональный фон. Нормой является добровольность в осуществлении контактов при сохранении анонимности, использование стандартных приемов и норм общения, связанных с использованием соответствующего сленга и знаково-символических форм.

Если в предшествующие периоды социального развития коммуникация была ограничена теми или иными факторами: техническими (отсутствие высокотехнологичных средств передачи информации), географическими (физическая удаленность потенциальных участников коммуникации), социально-дифференцирующими (расовые, классовые, сословно-корпоративные, половозрастные, дополненные имущественными, образовательными и культурно-цивилизационными различиями), то в настоящее время глобальное виртуальное пространство и беспрепятственный доступ пользователей к его ресурсам способствуют процессу демократизации опосредованного социального взаимодействия.

Генезис и развитие коммуникации между субъектами объективно протекают в психологически более комфортной, чем в реальной жизни, обстановке, что открывает широкие возможности для содержательно-вариативного общения посредством прежде всего социальных сетей и блогов с их вербально-визуальным наполнением (Шахов, 2019).

Несмотря на широту возможностей онлайн-коммуникации, способной охватывать сферы профессионального и личного общения, работы и досуга, образовательного процесса и т. д., её оценка далеко не однозначна. В качестве негативных тенденций обычно отмечают культивирование в социальных сетях количественных, а не качественных характеристик коммуникации (скорость создания и потребления предложенного контента), её поверхностность (поощрение суждений, не опирающихся на глубокое знание предмета), отсутствие творческого и индивидуально-личностного начала (Ланир, 2011), предельная ограниченность эмоциональной составляющей общения (Пикулёва, 2013), её замещение знаковыми обозначениями (смайлики, лайки) и др.

«Поглощающий» эффект интернет-коммуникации не только атрофирует способность к реальной коммуникации (семья, друзья, коллеги, малознакомые и незнакомые люди), но и приводит к её замещению квазиформами (к доминантному общению с виртуальными друзьями), а также к утрате личностью фундаментальных нравственно-психологических качеств, прежде всего чувства сопереживания и ответственности.

Зависимые формы коммуникативного поведения, связанные с виртуальным общением (от слабых до абсолютных, когда человек проводит в Сети более 10 ч в день с нерабочими/неучебными целями), по мнению исследова-

телей, обусловлены не только техническими возможностями, предоставляемыми глобальной сетью, но и психологическими особенностями личности, попадающими в резонанс с процессом атомизации и фрагментации социума, получившим новый импульс в информационную эпоху. Речь идет о повышенной тревожности и обидчивости, склонности к депрессивным состояниям и уходу от проблем (Гуреева, 2015).

Цифровая идентичность. Современная цифровая среда задает параметры ценностных и ментальных установок личности, формируя новую цифровую идентичность, принципиально отличающуюся от исторически сложившихся этнической, этнорелигиозной, религиозной, национальной, профессиональной (корпоративной).

Идентичность – это прежде всего образ, который позволяет человеку одновременно и отождествить себя с той или иной группой, и отмежеваться от других сообществ, объединенных на основе иных культурных маркеров. Являясь конвенциональным символом, идентичность формирует и на индивидуальном-личностном, и на коллективном уровне представления о консолидированном мы (мы-концепции), обозначая границу между мы и не-мы, своими и чужими (Афанасьевская, 2021).

Появление *homo digitalis* актуализирует проблему идентичности, поскольку классический набор идентичностей, сложившихся в доцифровую эпоху, уже не отвечает параметрам наличного бытия. Исследователи правомерно отмечают текучий характер современности, ризоматичность глобального информационного пространства, лавинообразное увеличение информационных потоков и все большую включенность в них индивида, вовлеченность последнего во множественные дискурсивные поля посредством разновекторной сетевой коммуникации (Соловьева, 2018).

В подобных социальных реалиях прежняя идентичность, естественно возникающая и обеспечивающая стабильность её носителям на протяжении длительного времени, постепенно разрушается, уступает место идентичности, которая искусственно конструируется с использованием цифровых технологий.

Поскольку информационно-коммуникационные технологии порождают новый формат идентификации – цифровую идентичность – последняя все чаще попадает в предметное поле научного исследования. По мнению авторов, её специфика сводится к тому, что субъект социального взаимодействия начинает ощущать себя неотъемлемой частью глобального виртуального пространства, будучи интегрированным в новую информационную реальность (Соловьева, 2018). Расширение технологических возможностей, связанных с цифровизацией, позволяет личности посредством постоянного присутствия в Сети преодолеть границы собственного реального мира, постепенно замещая локальную (групповую) принадлежность принадлежностью глобальной.

Поскольку сетевая коммуникация предполагает персонализированность виртуального присутствия (не отменяющую анонимности), цифровую идентичность можно рассматривать через призму цифровой проекции, следа ин-

дивида, вольно или невольно оставляемого в Сети. Как результат, цифровая идентичность включает в себя совокупность данных о человеке, наличествующих в Интернете, содержит личные и профессиональные контакты, формы социальной активности, интеллектуальные и духовные предпочтения, перманентно фиксируемые глобальными поисковыми системами, и т. д. (Кондаков, 2019). Таким образом, цифровую идентичность можно рассматривать как репрезентацию индивидом себя посредством содержательного наполнения собственного аккаунта.

Особый срез цифровой идентичности связан с так называемой культурой повседневности, включающей обыденную жизнь и досуговые формы времяпрепровождения современного человека, в которой важнейшую роль сыграло появление доступных персональных высокотехнологичных устройств (компьютеры, смартфоны), соответствующего программного продукта, прежде всего многообразных приложений, возникновение социальных сетей и др.

Понимание повседневности как привычного, многократно повторяющегося бытия человека можно встретить в работах (Гуссерль, 2000; Вальденфельс, 1991; Щютц, 2003). В частности, А. Щютц указывает на то, что повседневность отражает определенную культурную модель, в которой ежедневно воспроизводятся готовые сценарии социального поведения (типичная ситуационность), включая готовые нормы и правила коммуницирования.

В условиях цифровой коммуникации повседневность (своя и чужая) становится объектом визуализации, делает прозрачной частную жизнь, лишая её такого качества традиционной культуры, как приватность, в результате чего все стали видеть всех. «Культура участия» (терминология Г. Дженкинса) позволяет посредством социальных сетей презентовать свои повседневные практики, знакомясь одновременно с повседневными практиками других.

Жизненный мир современного человека, по замечанию З. Баумана, превращается в «индивидуализированную и приватизированную версию событий, состоящую из нескончаемой череды занятий, центром которых являемся мы сами и наши мысли о себе» (Bauman, 2007). Тем самым в онлайн-коммуникации повседневность становится важной сферой для публичной презентации себя посредством визуализации бытовых моментов собственной жизни.

Если до недавнего времени повседневность отождествлялась с серостью и однообразием, то благодаря цифровым технологиям, возможностям конструировать представленный контент она обретает черты исключительности, демонстративной праздничности и успешности (Дроздова, 2017). Этому способствует наличие специальных программ, позволяющих создать визуально улучшенные версии собственного я и своего мира. Одновременно из оцифрованной репрезентации субъекта исключаются травмирующие факты и события, способные разрушить глянцевую эстетику виртуального проекта.

Возможность управлять идентичностью посредством конструирования того образа, который удовлетворил бы амбиции субъекта относительно себя и собственной жизни, не просто оставляет за пределами персонального контента жизненные реалии, но и ведет к утрате идентичности, связанной с реальным миром, её замещению идентичностью виртуальной.

Возможность сформировать сетевую идентичность полностью по выбору субъекта, включая создание множества виртуальных идентичностей одной личности, расширенные возможности для экспериментирования с образом собственного я, во многом обусловлена анонимно-завуалированным характером сетевой коммуникации (Жичкина, 2000). В результате «личностные саморепрезентации становятся ее я-идентификациями», а *homo digitalis* настолько погружается в ирреальный цифровой мир, что перестает различать границу между реальностью и виртуальностью, воспринимая последнюю как единственно подлинную (Рягузова, 2012).

Идентификационные фантомы, в которых реальность и вымысел могут присутствовать в различных, но никогда до конца не проясненных даже для его создателя пропорциях, полностью лишены личностной глубины. За кадром остаются подлинные ценностно-мировоззренческие установки, реальные взгляды и убеждения, духовные потребности, нравственные принципы субъекта.

Видоизменение реальной идентичности и конструирование идентичности виртуальной осуществляются в той или иной мере всеми участниками сетевой коммуникации (вне зависимости от половозрастных, этнокультурных, профессиональных и иных различий), что свидетельствует об универсальном характере данного явления и его распространении в глобальном масштабе. Среди причин, порождающих данное явление, исследователи чаще всего называют непреодолимую пропасть между желаниями субъекта и жизненными реалиями. Главное – это неудовлетворенность субъекта своей реальной идентичностью: желание реализовать себя в той или иной социальной роли и невозможность этого, стремление презентовать себя в реальном мире определенным образом и невозможность этого и т. д. (Пикулёва, 2013). Обращает на себя внимание тот факт, что если в доцифровую эпоху наличие единственной идентификационной модели – реальной – подталкивало субъекта к конкретным действиям для приведения в соответствие своих желаний и жизненных реалий, то *homo digitalis* дорисовывает желаемое с учетом просторов собственной фантазии и уровня развития цифровых технологий.

Конструирование виртуальных фантомов, позиционируемых в качестве индивидуально-личностных идентификаторов субъекта, и управление ими в социальных сетях свидетельствуют о переходе от исторически сложившейся эмоциональной основы идентификации к репрезентативно-демонстративным практикам, стремлению казаться, а не быть, характерному для визуальной цифровой культуры.

Однако создание подобных образов посредством цифрового инструментария и среда их бытования – виртуальное пространство – побуждают по-

ставить под сомнение их подлинность, что приводит к выводу об имитативности и ситуативности подобной идентичности. Она не только не отвечает сущностной потребности человека в укорененности и фактической принадлежности, но свидетельствует о кризисно-депрессивных состояниях, вызванных нарастающей социальной атомизацией и фрагментацией (Малыгина, 2019).

Таким образом, приобретая множество ликов, разыгрывая те или иные ролевые действия в различных сетевых сообществах, современный человек конструирует и свою информационно-цифровую действительность и самого себя в этой действительности (Кастельс, 2000).

Заключение. Следует отметить, что информационная культура, в том числе её современная версия – культура цифровая, радикально изменив материально-технические аспекты общественного бытия, внесла революционные изменения в образ жизни людей, их коммуникативные практики, затронув как внешний стиль социального поведения, так и его ценностно-мировоззренческое ядро.

Содержание человеческого сознания в большей степени определяется возможностями, которые открывают цифровые технологии. Последние уже породили новые формы индивидуально-личностной самоидентификации и самопрезентации, внося радикальные изменения в параметры человеческой идентичности. Идущие цифровые трансформации, как и любой социокультурный феномен, амбивалентны, способствуя, с одной стороны, расширению человеческих возможностей, а с другой – вызывая проблемы, затрагивающие сущностные аспекты бытия, включая саму человеческую природу.

Литература

Афанасьевская Н. В. Образ идентичности: смысловые границы понятия и роль в современной культуре // Диалог культур и цивилизаций: сб. ст. II Междунар. науч.-практ. конф. М.: Изд-во МГЛУ, 2021. С. 175–182.

Багдасарян Р. Х., Гребеник А. В. Информационная культура личности и ее становление в современном обществе // Культура и время перемен. 2021. № 2 (33). С. 17–24.

Басалаева О. Г. Информационное мировоззрение и культура современного общества // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. Вып. 16, № 1 (182). С. 73–76.

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. 788 с.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по

References

Afanas'yevskaya, N. V. (2021). The image of identity: semantic boundaries of the concept and its role in modern culture. *Dialogue of cultures and civilizations: collection of articles of the II International Scientific and Practical Conference*. Moscow: Izd-vo MGLU, 175–182. (In Russian).

Bagdasaryan, R. Kh., Grebenik, A. V. (2021). Information culture of the individual and its formation in modern society. *Kul'tura i vremya peremen*, 2 (33), 17–24. (In Russian).

Basalayeva, O. G. (2010). Information worldview and culture of modern society. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 16, 1 (182), 73–76. (In Russian).

Bell, D. (1999). The coming post-industrial society. Experience of social forecasting. Moscow: Academia Publ. (In Russian).

Berger, P., Lukman, T. (1995). Social construction of reality. A treatise on the sociol-

социологии знания. М.: Медиум, 1995. 322 с.

Вальденфельс Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности // Социологос. Вып. 1 : Общество и сферы смысла. М.: Прогресс, 1991. С. 39–50.

Гуреева А. Ю., Сизов С. В. Интернет-зависимость: современное состояние проблемы // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2015. Т. 5, № 2. С. 127–129.

Гуссерль Э. Логические исследования. Картезианские размышления. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Кризис европейского человечества и философии. Философия как строгая наука. Минск: Харвест; М.: АСТ, 2000. 752 с.

Дроздова А. В. Визуализация повседневности в современной медиакультуре : дис. ... д-ра культурологии. М., 2017. 347 с.

Егоров А. В. Информационная культура и ее волновой характер // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. 2016. № 3–4 (55). С. 102–110.

Жичкина А. Е., Белинская Е. П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https:// cyberpsy.ru/articles/self_presentation_identity](https://cyberpsy.ru/articles/self_presentation_identity).

Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

Кондаков А. М., Костылева А. А. Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы // Вестник РУДН. Информатизация образования. 2019. Т. 16, № 3. С. 207–218.

Ланир Дж. Вы не гаджет. Манифест. М.: Corpus, 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https:// www.litmir.me/br/?b=150709&p=1](https://www.litmir.me/br/?b=150709&p=1).

Малыгина И. В. Идентичность в пространстве посткультуры // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 13 (829). С. 173–185.

Пикулёва О. А. Самопрезентация личности пользователей сети Интернет // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. Психология. 2013. Т. 5, № 4. С. 77–81.

ogy of knowledge. Moscow: Medium Publ. (In Russian).

Valdenfels, B. (1991). Everyday life as a melting pot of rationality. *Sotsio-Logos*, 1. Obshchestvo i sfery smysla. Moscow: Progress Publ., 39–50. (In Russian).

Gureyeva, A. Yu., Sizov, S. V. (2015). Internet addiction: the current state of the problem. *Byulleten' meditsinskikh Internet-konferentsiy*, 5, 2, 127–129. (In Russian).

Husserl, E. (2000). Logical research. Cartesian reflections. The crisis of European sciences and transcendental phenomenology. The crisis of European humanity and philosophy. Philosophy as a rigorous science. Minsk: Kharvest Publ.; Moscow: AST Publ., 2000. (In Russian).

Drozдова, A. V. (2017). Visualization of everyday life in modern media culture. (Doctoral Dissertation, Moscow). (In Russian).

Yegorov, A. V. (2016). Information culture and its wave nature. *Aktual'nyye voprosy obshchestvennykh nauk: sotsiologiya, politologiya, filosofiya, istoriya*, 3–4 (55), 102–110. (In Russian).

Zhichkina, A. E., Belinskaya, E. P. Strategies of self-presentation on the Internet and their connection with real identity. Available at: https://cyberpsy.ru/articles/self_presentation_identity. (In Russian).

Castells, M. (2000). Information Age. Economy, society and culture. Moscow: GU VSHE Publ. (In Russian).

Kondakov, A. M., Kostyleva, A. A. (2019). Digital identity, digital self-identification, digital profile: problem statement. *Vestnik RUDN. Informatizatsiya obrazovaniya*, 16, 3, 207–218. (In Russian).

Lanir, G. (2011). You are not a gadget. Manifesto. Moscow: Corpus Publ. Available at: <https://www.litmir.me/br/?b=150709&p=1>. (In Russian).

Malygina, I. V. (2019). Identity in the space of postculture. *Vestnik MGLU. Gumanitarnyye nauki*, 13 (829), 173–185. (In Russian).

Pikulyova, O. A. (2013). Self-presentation of the personality of Internet users. *Vestnik LGU im. A. S. Pushkina. Psikhologiya*,

Рягузова Е. В. Я как другой в интернет-пространстве: от я-репрезентации к я-идентификации // Известия Саратовского университета. Акмеология образования. Психология развития. 2012. Т. 2, вып. 2. С. 151–156.

Селютин А. А. Пространство и время в интернет-коммуникации: влияние постмодернизма // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 6 (260). С. 122–124.

Солодовник Л. В., Басай М. Ю. Виртуальные коммуникации как феномен межличностного общения в современном мире // Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 18, № 2. С. 257–263.

Соловьева Л. Н. Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи // Общество: философия, история, культура. 2018. № 12 (56). С. 40–43.

Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2010. 784 с.

Труфанова О. В. Социально-философские и этические аспекты самоопределения в цифровую эпоху // Вестник Новгородского филиала РАНХИГС. 2020. Т. 10, № 1 (12). С. 32–37.

Шахов Л. М. Положительное и негативное влияние Интернета на социализацию молодежи // Социально-экономические и демографические аспекты реализации национальных проектов в регионе: сб. ст. X Уральского демографического форума: в 2 т. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2019. Т. II. С. 429–435.

Шмидт Э., Коэн Дж. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государства / пер. с англ. С. Филина. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 368 с.

Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2003. 336 с.

Bauman Z. Living in Utopia // Cultural politics in a global age. D. Held, H.L. Moore and K. Young (eds.). Oxford: Oxford University Press, 2007. P. 316–323.

Gere C. Digital Culture. London: Reaktion Books, 2002. 222 p.

5, 4, 77–81. (In Russian).

Ryaguzova, E. V. (2012). Me as an Other in the Internet Space: From Self-Representation to Self-Identification. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya*, 2, 2, 151–156. (In Russian).

Selyutin, A. A. (2012). Space and time in internet communication: the influence of post-modernism. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 6 (260), 122–124. (In Russian).

Solodovnik, L. V., Basay, M. Yu. (2016). Virtual communications as a phenomenon of interpersonal communication in the modern world. *Gumanitarniy Yuga Rossii*, 18, 2, 257–263. (In Russian).

Solov'yeva, L. N. (2018). Digital identity as a new kind of human identity of the information age. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, 12 (56), 40–43. (In Russian).

Toffler, E. (2010). Third wave. Moscow: AST Publ. (In Russian).

Trufanova, O. V. (2020). Socio-philosophical and ethical aspects of self-determination in the digital age. *Vestnik Novgorodskogo filiala RANKHIGS*, 10, 1 (12), 32–37. (In Russian).

Shakhov, L. M. (2019). Positive and negative impact of the Internet on the socialization of youth. *Socio-economic and demographic aspects of the implementation of national projects in the region: a collection of articles of the X Ural Demographic Forum: in 2 volumes*. Yekaterinburg: Institut ekonomiki UrO RAN, II, 429–435. (In Russian).

Shmidt, E., Koen, G. (2013). New digital world. How technology is changing people's lives, business models and the concept of the state. Trans. from English S. Filin. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ. (In Russian).

Shyutts, A. (2003). The Semantic Structure of the Everyday World: Essays on Phenomenological Sociology. Moscow: Institut Fonda «Obshchestvennoye mneniye» Publ. (In Russian).

Bauman, Z. (2007). Living in Utopia. Cultural politics in a global age. In D. Held, H.L. Moore and K. Young (Eds.). Oxford: Oxford University Press, 316–323.

Gere, C. (2002). Digital Culture. London:

Harris J. Ll., Taylor P. A. Digital Matters, Theory and culture of the matrix. London: Routledge, 2005. 210 p.

Levinson P. Digital McLuhan: a guide to the information society. London: Routledge, 1999. 240 p.

Для цитирования: Шевченко О. М., Штофер Л. Л. Коммуникативные и идентификационные трансформации как сущностные проявления цифровой культуры // Гуманитарий Юга России. 2022.2 (54). Т. 11. С. 180–190. DOI 10.18522/2227-8656.2022.2.14

Сведения об авторах

Шевченко Ольга Михайловна

Доктор философских наук, профессор
кафедры конфликтологии
и национальной безопасности,
Институт социологии и регионоведения
Южного федерального университета

344006, г. Ростов-на-Дону,
ул. Пушкинская, 160,
e-mail: olgashv2007@yandex.ru

Штофер Людмила Львовна

Кандидат философских наук, доцент
кафедры философии и культурологии,
Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)

344002, г. Ростов-на-Дону,
ул. Большая Садовая, 69,
e-mail: Filosofiya327@yandex.ru

Reaktion Books, 2002.

Harris, J. Ll., Taylor, P. A. (2005). Digital Matters, Theory and culture of the matrix. London: Routledge, 2005.

Levinson, P. (1999). Digital McLuhan: a guide to the information society. London: Routledge.

История статьи:

Поступила в редакцию – 18.03.2022 г.

Получена в доработанном виде –
29.04.2022 г.

Одобрена – 11.05.2022 г.

Information about authors

Olga Mikhaylovna Shevchenko

Doctor of Philosophical Sciences,
Professor, Department of Conflictology
and National Security, Institute of Sociology
and Regional Studies,
Southern Federal University

160 Pushkinskaya St.,
Rostov-on-Don, 344006,
e-mail: olgashv2007@yandex.ru

Lyudmila Lvovna Shtofer

Candidate of Philosophical Sciences,
Associate Professor of the Department
of Philosophy and Culturology,
Rostov State Economic University (RINH)

69 Bolshaya Sadovaya St.,
Rostov-on-Don, 344002,
e-mail: Filosofiya327@yandex.ru