

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ИСТОРИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА

УДК 316.613

ЦИФРОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

М. Д. Бачило

Институт философии и права СО РАН (г. Новосибирск)
margarita.zabrodina@gmail.com

Аннотация. Предметом исследования статьи является влияние цифровой коммуникации на процесс формирования и трансформации идентичности интернет-пользователей. Методологической основой статьи выбран подход, разработанный символическими интеракционистами (представленный в работах Ч. Кули, Дж. Мида и И. Гофмана) и примененный автором для анализа современной ситуации с учетом изменившихся условий и способов осуществления коммуникации. Персональная идентичность, согласно данному подходу, имеет социально-коммуникативную природу, формируется в процессе интеракций, т. е. осмысленных коммуникативных действий индивидов, направленных на реализацию тех или иных целей. Выявлены сходства и различия между традиционной коммуникацией в малых группах и цифровой коммуникацией в сообществах с точки зрения принципов обмена информацией. Сходства заключаются в диалогичном характере коммуникации, наличии обратной связи и ее схожих форм. Различия состоят в характеристиках обратной связи (опосредованности и отсроченности), в неопределенности границ групп (потенциальная безграничность групп при иллюзии их ограниченности) и, следовательно, неопределенности характеристик участников взаимодействия.

Ключевые слова: идентичность, виртуальная коммуникация, Интернет, социальные сети, символический интеракционизм, социальная обратная связь, малые группы, цифровые сообщества.

Для цитирования: Бачило, М. Д. (2025). Цифровая коммуникация как фактор формирования идентичности пользователей. *Respublica Literaria*. Т. 6. № 2. С. 124-134. DOI: 10.47850/RL.2025.6.2.124-134

DIGITAL COMMUNICATION AS A FACTOR IN THE FORMATION OF USER IDENTITY

M. D. Bachilo

Institute of Philosophy and Law SB RAS (Novosibirsk)
margarita.zabrodina@gmail.com

Abstract. The subject of this article is the impact of virtual communication on the process of formation and transformation of the identity of Internet users. The methodological basis of the article is the approach developed by symbolic interactionists (presented in the works of Ch. Cooley, J. Mead and I. Hoffman) and applied by the author to analyze the modern situation taking into account the changed conditions and ways of communication. Personal identity, according to this approach, has a socio-communicative nature and is formed in the process of interactions, i.e. meaningful communicative actions of individuals aimed at the realization of certain goals. Similarities and differences between traditional communication in small groups and digital communication in communities in terms

of the principles of information exchange are revealed. The similarities consist in the dialogical nature of communication, the presence of feedback and similar forms of communication. The differences consist in the characteristics of feedback (its indirectness and uncertainty), in the uncertainty of group boundaries (potential boundlessness of groups under the illusion of their boundedness) and hence the characteristics of the participants in the interaction.

Keywords: personal identity, virtual communication, Internet, social networks, symbolic interactionism, social feedback, small groups, digital communities.

For citation: Bachilo, M. D. (2025). Digital Communication as a Factor in the Formation of User Identity. *Respublica Literaria*. Vol. 6. No. 2. Pp. 124-134. DOI: 10.47850/RL.2025.6.2.124-134

Изменения, связанные с цифровизацией общества, происходят не только в экономической, политической, правовой, культурной, образовательной областях, но и в жизни каждого человека. Во многом это обусловлено тем, что на смену традиционным коммуникативным процессам приходит цифровая коммуникация. Согласно отчету “Digital 2025 Global Overview Report”, в котором публикуются данные об использовании Интернета в мире и в отдельных странах, доля населения России, имеющая доступ в Интернет, составляет на первый квартал 2025 г. 92,2 %, при этом средний российский интернет-пользователь проводит онлайн 8 часов и 38 минут ежедневно¹.

Рост цифровой коммуникации имеет как позитивные, так и негативные последствия. К первым относятся увеличение скорости обмена информацией, ее доступности, ускорение самих коммуникативных процессов, вовлечение новых участников и т. д. В период пандемии COVID-19 позитивная роль цифровой коммуникации наиболее ярко проявилась в сфере образования и здравоохранения [Барбашина, 2023].

Наряду с положительными результатами увеличивается и число негативных: рост киберпреступлений, доступность и незащищенность персональных данных, размывание этических, культурных, правовых норм, снижение ценности информации в связи с ее избыточной доступностью и т. д. В ситуации открытого доступа к информации актуализировалась проблема ее отбора, что требует, в частности, от образовательного сообщества формирования нового информационного мировоззрения и технологической культуры [Абрамова и др., 2018, с. 105-106].

В работах последних десятилетий внимание уделяется не только «прямым» негативным последствиям цифровой коммуникации, но и «косвенным». Например, заимствование чужих культурных ценностей в процессе цифровой коммуникации неизбежно приводит к снижению взаимодействия с локальным сообществом или даже к отказу от включенности в него [Baltezarevic et al., 2019, p. 18].

В современном мире рост цифровой коммуникации, ее позитивные и негативные последствия оказывают существенное влияние на формирование и трансформацию персональной и коллективной идентичностей. Сложность в изучении этих процессов во многом связана с тем, что отсутствует единое понимание того, что такое цифровая (виртуальная) коммуникация. Ситуация усложняется еще и тем, что в исследованиях последних десятилетий наряду с традиционными видами идентичности (персональной и коллективной) присутствует «цифровая» идентичность.

¹ Kemp, S. (2025). Digital 2025: Global Overview Report. *DataReportal*. [Online]. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report> (Accessed: 20 February 2025).

Понимание «цифровой» идентичности

Ряд исследователей обосновывает тезис о появлении специфической «цифровой» идентичности, которая радикально отличается по своим сущностным характеристикам, принципам формирования и функционирования от «естественной» идентичности и вытесняет ее [Мамедов, Коркия, 2017; Seifullina et al., 2024; González-Larrea & Hernández-Serrano, 2021].

Примером данного подхода является оригинальная концептуальная схема виртуальной идентичности П. Нэджи и Б. Коулза, включающая три уровня: индивидуальный, микро- и макроуровни. Каждый из них является системным элементом единой идентичности, которая, в свою очередь, формируется под влиянием различных индивидуальных, глобальных и общественных факторов (например, коллективных целей и ценностей, поведенческих ожиданий, культурных норм и т. д.) [Nagy & Koles, 2014, pp. 280-283]. На микро- и макроуровнях существует ряд механизмов и инструментов, которые обеспечивают связанность идентичности каждого пользователя с выбранным цифровым сообществом.

Преимуществом данной схемы, на мой взгляд, является возможность учета большого количества факторов, влияющих на идентичность, которые находятся в цифровой сфере (а именно влияние норм и ожиданий в различных цифровых сообществах, сюжетов в случае взаимодействий в игровой среде и т. д.). Детализация структуры виртуальной идентичности позволяет подробно рассмотреть конкретные механизмы взаимосвязи человека, общества и цифровой среды посредством нарративных сценариев, виртуальных близости, сообществ и материальной культуры [Nagy & Koles, 2014, p. 283]. В то же время использование данной модели осложняет анализ конечного результата – сформированной идентичности – в связи с большим количеством анализируемых факторов, трудностями с их обзором и присвоением места тому или иному фактору влияния в рамках предложенной схемы.

В отличие от рассмотренной выше точки зрения, что «цифровая» идентичность радикально отличается от «естественной» идентичности, ряд исследователей придерживаются позиции, что «естественная» идентичность, сформированная в процессе социализации в традиционных малых группах (семья, школа, локальное сообщество и т. д.), сохраняет свой статус основы личности, в то время как цифровые способы коммуникации лишь дополняют ее [Белинская, Франтова, 2017; Косенчук, 2014; Back et al., 2010]. Более того, авторы подчеркивают, что цифровая коммуникация раскрывает те части «естественной» идентичности, которые не могут быть в полной мере реализованы в реальности [Turkle, 1997; Balsamo, 1995; Cinnirella, 1998].

Данный подход получил широкое распространение в последние десятилетия в связи с тем, что изменилось поведение пользователей в процессе цифровой коммуникации, что приводит к тому, что «пространство социальных сетей все более и более “снимает” альтернативность виртуального и социального миров» [Белинская, Франтова, 2017, с. 34]. До 2000-х гг. Интернет преимущественно использовался как площадка для «игры с идентичностью»². Пользователи «примеряли» на себя не только новые роли и отдельные

² Suler, J. (1997). *The Psychology of Cyberspace*. [Online]. Available at: https://www.researchgate.net/publication/37366481_The_Psychology_of_Cyberspace (Accessed: 02 Aprile 2025).

черты характера, но и более существенные признаки, такие как возраст, пол, национальность и т. д. В настоящее время пользователи стали все чаще предоставлять о себе достоверную информацию, касающуюся как формальных характеристик, так и личностных особенностей [Там же]. Это обусловлено развитием социальных сетей и мессенджеров, а также накопленным опытом использования этих площадок для решения задач реальной, «офлайновой» жизни.

Приведенный выше краткий анализ различающихся позиций о влиянии цифровой среды на изменение идентичности свидетельствует о том, что все авторы признают существование этого влияния. Однако сохраняет свою актуальность вопрос о степени воздействия «цифровых» компонентов идентичности на ее «естественную» основу: достаточно ли его, чтобы говорить о появлении нового типа идентичности, или оно лишь трансформирует существующую, не меняя ее сущностных характеристик?

Формы цифровой коммуникации, влияющие на идентичность

Для того, чтобы определить масштаб влияния виртуальных взаимодействий на идентичность, необходимо ограничить рассмотрение цифровой коммуникации, т. е. рассматривать только те площадки, которые обладают потенциалом влияния на идентичность пользователей.

Важность решения данной задачи обусловлена тем, что понимание цифровой коммуникации является многозначным в исследовательской литературе. В нее включают разные виды деятельности, начиная от чтения сообщений новостных сайтов и заканчивая сложными взаимодействиями в многопользовательских играх.

Один из возможных способов конкретизации того, что понимается под цифровой коммуникацией, – обращение к уже апробированной модели анализа «естественной» коммуникации, разработанной в рамках символического интеракционизма. Данная модель позволяет определить обязательные характеристики потенциально идентификационной коммуникативной ситуации, чтобы впоследствии найти типы цифровой коммуникации, включающие их.

Согласно данному подходу основой функционирования и развития общества является совокупность коммуникативных актов (интеракций). «Человеческая природа» формируется в процессе осмысленной коммуникации, которая предполагает наличие субъективно осознаваемой цели и направленности на других [Горбачева, 2015, с. 62]. Формирование идентичности, с учетом вышесказанного, – это социальный процесс, на который влияют многие факторы: внутренние психические процессы личности, социальный контекст (традиции, культура и т. д.) и характеристики самой коммуникации.

Рассмотрение проблемы идентичности в рамках данного направления представлено в работах Ч. Кули, Дж. Мида и И. Гофмана. Ч. Кули закладывает концептуальную основу символического интеракционизма, предлагая идею «зеркального Я», которое зарождается и корректируется на основе субъективной интерпретации социальной обратной связи, получаемой от членов малых групп [Кули, 2000, с. 144-154]. Дж. Мид, развивая идеи Ч. Кули, разрабатывает теорию «Я» [Баразгова, 1997, с. 29], а также подчеркивает важность диалога для формирования личности и идентичности [Ковалев, 2000, с. 11]. В рамках диалога,

в частности, индивид интериоризирует социальное действие, превращая реакции других в собственные мотивы к действию. На основании усвоенных образцов общения индивид позже способен развернуть внутренний процесс «разыгрывания» социальных ролей (role-taking) перед воображаемой аудиторией и предположить оценки той или иной стратегии в зависимости от возможной обратной связи [Мид, 2009, с. 131-132]. В дополнение к наработкам Ч. Кули и Дж. Мидо для более глубокого понимания структуры «Я» И. Гофман предлагает теорию социальной драматургии, в рамках которой обозначает «представление» как один из механизмов, с помощью которых происходит демонстрация своей «роли», через которую индивид «нащупывает свой собственный путь» [Гофман, 2000, с. 107], что делает «роль» содержательно близкой понятию идентичность.

В обобщенном виде идеи, предложенные Ч. Кули, Дж. Мидом и И. Гофманом, можно представить в виде схемы, представленной на рис. 1.

Процесс формирования идентичности

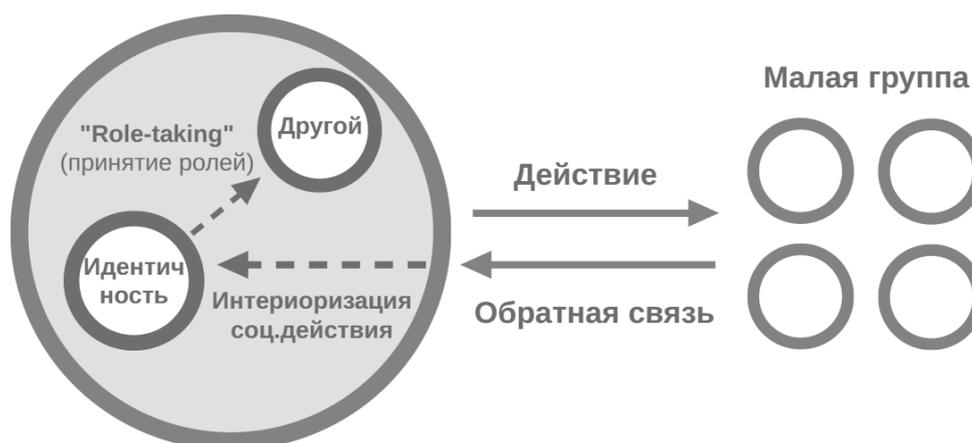


Рис. 1. Обобщенная модель формирования идентичности, предложенная в рамках символического интеракционизма

Учитывая вышеописанное, становится возможным выделить условия, которые необходимы (но не достаточны) для формирования новой или трансформации существующей идентичности: во-первых, наличие малых групп, во-вторых, диалогичная форма взаимодействия. Сочетание данных факторов создает основания для третьего условия – возможности осуществления обратной связи от собеседников на действия индивида.

В рамках цифровой коммуникации существуют как минимум две формы коммуникации, в полной мере отвечающие этим трем требованиям: групповые чаты в мессенджерах и социальных сетях, а также сообщества в социальных сетях. Следовательно, эти формы взаимодействия, обладающие условно ограниченным кругом участников и допускающие возможность комментирования и обмена реакциями, обладают потенциалом влияния на идентичность пользователей.

Отличия цифровой коммуникации от традиционной

Выше были рассмотрены те формы цифрового взаимодействия, которые обладают общими чертами с традиционной коммуникацией. Наряду с этим цифровая и традиционная коммуникации имеют ряд различий. Далее будут рассмотрены те из них, которые, на мой взгляд, оказывают наибольшее влияние на процесс и результат формирования (или трансформации) идентичности пользователей. К ним относятся: опосредованность и отсроченность обратной связи, неопределенность границ социальных групп, неопределенность получателя сообщения и автора обратной связи.

Опосредованность и отсроченность обратной связи. В традиционной коммуникации обратная связь может быть как непосредственной (при общении лицом к лицу), так и опосредованной (при общении с помощью записок, писем, документов и т. д.) Цифровая коммуникация в соцсетях предполагает только опосредованную и отсроченную обратную связь.

В бытовых взаимодействиях лицом к лицу используется широкий спектр возможных невербальных взаимодействий (интонации, жесты, позы, паузы и т. д.), что оказывает значимое влияние на коммуникацию в группе, а также влияет на степень доверия демонстрируемому образу [Гофман, 2000, с. 36-40]. И несмотря на то, что рассматриваемые виды цифровой коммуникации также предполагают возможность обмена невербальными сообщениями (реакции, мемы, аудио-, видеоконтент и т. д.), в рамках нее не предусмотрена возможность обмениваться этими сообщениями непосредственно, что существенно сужает спектр используемых средств. Например, почти невозможным становится использование неформальных намеков и «тайных знаков», активно применяемых в традиционных групповых взаимодействиях [Там же, с. 222].

Неопределенность границ социальных групп. В традиционной коммуникации открытые группы ограничены территорией, временем, языком и т. д. В цифровой – открытые группы потенциально безграничны, поскольку опубликованное сообщение сохраняется в архиве, доступно пользователям из любой географической точки, а технические возможности автоматических онлайн-переводчиков снимают ограничения, связанные с владением языком.

Кроме того, меняется и сама роль социальной группы. Раньше индивид был ограничен в количестве групп, в которых он состоял и, следовательно, значимость каждой из них для него была выше, а их границы были более четкими (Б. Уэллман называет такие сообщества солидарные группы, *solidary groups*) [Wellman, 2001, p.228]. Сегодня в цифровой коммуникации пользователь вступает в большее количество групп, выбирает из большего спектра сообществ, что приводит к формированию «индивидуализированных сетей» [Ibid.]. При таком типе взаимодействия индивид имеет более широкие возможности в выборе времени, места и партнеров по контакту, без строгих географических, ценностных, социально-статусных ограничений со стороны реальных сообществ, в которые он уже включен.

Описанный выше способ формирования малых групп, в которых происходит идентификация, приводит к тому, что у индивида, с одной стороны, появляется возможность транслировать большее количество образов себя, таким образом создавая многослойную, фрагментированную идентичность (что повышает риск развития внутренних конфликтов

ценностей и установок). С другой стороны, пользователь получает возможность избегания обратной связи, которая по тем или иным причинам не отвечает его ожиданиям, даже если она является для него более полезной, способной повысить уровень его адаптации в обществе. В крайних формах подобная стратегия модерации обратной связи способна привести к изоляции пользователя в рамках одной или нескольких маргинальных групп, которые через обратную связь подкрепляют его деструктивное поведение (например, в сообществах, направленных на травлю, «троллинг» других пользователей).

Неопределенность получателя сообщения и автора обратной связи. Следствием неограниченности социальных групп является то, что в цифровой коммуникации индивид испытывает трудности с тем, чтобы создать собственное видение образа адресата (сходного с тем, что Дж. Мид описывал как обобщенный образ «другого» [Ковалев, 2000, с. 11]), поскольку количество собеседников потенциально безгранично.

В дополнение к этому в традиционной коммуникации собеседник, с которым происходит диалог, всегда является реальным (даже в случаях, когда выдает себя за другого человека или сохраняет анонимность). В цифровой – собеседник зачастую является не реальным человеком, а программным алгоритмом (ботом), публикующим автоматические комментарии, сгенерированные с применением языковых ИИ-моделей.

Заключение

Модели, разработанные представителями символического интеракционизма для изучения влияния обратной связи малых групп на формирование идентичности в процессе коммуникации, демонстрируют свою применимость при исследовании цифровой коммуникации. Это обусловлено тем, что в цифровой коммуникации есть элементы, которые обеспечивают создание условий для идентификации пользователей: возможность вербального и невербального общения, формирования сообществ, передачи сообщений и получения обратной связи.

Сравнительный анализ цифровой и традиционной коммуникаций демонстрирует, что вышерассмотренные сходства и различия приводят к тому, что цифровая коммуникация в социальных сетях и мессенджерах, с одной стороны, обладает сходством с общением в традиционных малых группах. Администрации социальных сетей учитывают данное сходство и усиливают иллюзию реального общения за счет внедрения механизмов, привычных для классической межличностной коммуникации в малых группах (возможности «дружить» с другими пользователями, приглашать их на «мероприятия», делиться записями, дарить «подарки» и т. д.). С другой стороны, коммуникация в открытых цифровых сообществах обладает рядом признаков, присущих массовой коммуникации: массовость и отсутствие непосредственной обратной связи [Кулькатова, 2013, с. 151].

Подобная неопределенность формата коммуникации влияет на персональную идентичность, что приводит к повышению риска негативных последствий, нарушению целостности идентичности. Особенно высоки риски среди пользователей младшего возраста, которые находятся на стадии активного формирования идентичности. Недостаток социального опыта способен привести к тому, что указанная категория пользователей будет строить свое общение в открытых цифровых сообществах так же, как в традиционных малых группах, где ограничен круг участников, их личностные характеристики определены,

обратная связь получается непосредственно и ее достоверность не вызывает сомнений. Помимо повышенных рисков для безопасности (риски подвергнуться интернет-травле и стать жертвой киберпреступлений), возрастает вероятность развития внутренних конфликтов идентичности. Согласно тезисам социальных интеракционистов, для запуска внутреннего механизма интериоризации социального действия через «принятие ролей» [Мид, 2009] необходима социальная обратная связь [Кули, 2000; Гофман, 2000]. На содержание обратной связи определяющее влияние оказывают установки, ценности, нормы, принятые в группе, в которой происходит социализация индивида и формирование его идентичности. В цифровой коммуникации члены одной группы зачастую разделяют различные нормы, что происходит вследствие неограниченности числа участников, неопределенности их личностных характеристик и разнообразия социального опыта, полученного им в реальной коммуникации в первичных малых группах.

В то же время у взрослых людей, идентичность которых уже сформирована, риски формирования конфликтов идентичности снижены, но не исключены полностью, поскольку идентичность не является стабильным образованием [Эриксон, 2006]. Адаптация идентичности происходит в связи с включением индивида в новые социальные группы, например, профессиональные (приобретение новой профессии, выход на новую работу и т. д.), связанные с новыми жизненными обстоятельствами (рождение ребенка и уход в декретный отпуск, выход на пенсию, приобретение хронического заболевания и т. д.). Формирование новых жизненных условий в совокупности с неопределенностью обратной связи от цифровой социальной группы, которая решает задачу адаптации личностных установок к новым условиям, способно привести к проблемам идентичности.

Список литературы / References

Абрамова, М. А., Каменев, Р. В., Крашенинников, В. В. (2018). *Высокие технологии: влияние на социальные институты и применение в профессиональном образовании*. Новосибирск: Манускрипт.

Abramova, M. A., Kamenev, R. V., Krasheninnikov, V. V. (2018). *High Technology: Impact on Social Institutions and Applications in Vocational Education*. Novosibirsk. (In Russ.)

Баразгова, Е. С. (1997). *Американская социология традиции и современности*. Екатеринбург: Деловая книга.

Varazgova, E. S. (1997). *American Sociology of Tradition and Modernity*. Ekaterinburg. (In Russ.)

Барбашина, Э. В. (2023). Барьеры дистанционного образования в контексте цифровой эпохи. *Цифровизация в социокультурном измерении*. Новосибирск. С. 217-241.

Barbashina, E. V. (2023). Barriers of Distance Education in the Context of the Digital Age. In *Digitalization in the Sociocultural Dimension*. Novosibirsk. Pp. 217-241. (In Russ.)

Белинская, Е. П., Франтова, Д. К. (2017). Активность в виртуальном взаимодействии как фактор конструирования идентичности пользователями социальных сетей: межпоколенные различия. *Вестник РГГУ. Серия «Психология»*. № 3. С. 22-37.

Belinskaya, E. P., Frantova, D. K. (2017). Activity in Virtual Interaction as a Factor of Identity Construction by Social Network Users: Intergenerational Differences. *Vestnik RGGU. Series "Psychology"*. No. 3. Pp. 22-37. (In Russ.)

Горбачева, Н. Б. (2015). Межпоколенная коммуникация сквозь призму символического интеракционизма. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. № 1 (10). С. 61-64.

Gorbacheva, N. B. (2015). Intergenerational Communication through the Prism of Symbolic Interactionism. *Azimuth Scientific Research: Pedagogy and Psychology*. No. 1 (10). Pp. 61-64. (In Russ.)

Гофман, И. (2000). *Представление себя другим в повседневной жизни*. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле.

Goffman, E. (2000). *Presenting Yourself to Others in Everyday Life*. Moscow. (In Russ.)

Ковалев, А. Д. (2000). Книга Ирвинга Гофмана «Представление себя другим в повседневной жизни» и социологическая традиция. *Представление себя другим в повседневной жизни*. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле. С. 5-26.

Kovalev, A. D. (2000). Irving Goffman's Book "Presentation of the Self to Others in Everyday Life" and the Sociological Tradition. In *Representation of the Self to Others in Everyday Life*. Moscow. Pp. 5-26. (In Russ.)

Косенчук, Л. Ф. (2014). Концепции виртуальной или сетевой идентичности: критический анализ. *Современные проблемы науки и образования*. № 5. С. 693.

Kosenchuk, L. F. (2014). Concepts of Virtual or Network Identity: a Critical Analysis. *Modern Problems of Science and Education*. No. 5. P. 639. (In Russ.)

Кули, Ч. (2000). *Человеческая природа и социальный порядок*. М.: Идея-пресс.

Cooley, C. (2000). *Human Nature and Social Order*. Moscow. (In Russ.)

Кулькатова, Г. Н. (2013). К вопросу о специфике массовой коммуникации как особой формы социального взаимодействия. *Философия и общество*. № 3 (71). С. 151-156.

Kulkatova, G. N. (2013). To the Question of the Specificity of Mass Communication as a Special Form of Social Interaction. *Philosophy and Society*. No. 3 (71). Pp. 151-156. (In Russ.)

Мамедов, А. К., Коркия Э. Д. (2017). Идентичность в виртуальной реальности: новые альтернативы. *Теория и практика общественного развития*. № 2. С. 9-13. DOI:10.24158/tipor.2017.2.1

Mamedov, A. K., Korkia, E. D. (2017). Identity in Virtual Reality: New Alternatives. *Theory and Practice of Social Development*. No. 2. Pp. 9-13. DOI:10.24158/tipor.2017.2.1 (In Russ.)

Мид, Дж. Г. (2009). Разум, Я и общество (главы из книги). Мид Дж. Г. *Избранное*. Сб. переводов. Сост., пер. В. Г. Николаев. Отв. ред. Д. В. Ефременко. М. С. 138-218.

Mead, J.G. (2009). Mind, Self, and Society (book chapters). In Mead J.G. *Selected Works. A Collection of Translations*. Nikolaev, V. G. (comp., transl.), Efremenko, D. V. (ed.). Moscow. Pp. 138-218. (In Russ.)

Эриксон, Э. (2006). *Идентичность: юность и кризис*. М.: Флинта.

Erikson, E. (2006). *Identity: Youth and Crisis*. Moscow. (In Russ.)

Back, M.D., Stopfer J.M., Vazire S., Gaddis S., Schmukle S.C., Egloff B., Gosling S.D. (2010). Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. *Psychological Science*. No. 3. Pp. 372-374. DOI: 10.1177/0956797609360756

Balsamo, A. (1995). Signal to Noise: On the Meaning of Cyberpunk Subculture. In *Communication in the age of virtual reality. LEA's communication series*. Pp. 347-368.

Baltezarevic, R., Baltezarevic, B., Kwiatek, P., Baltezarevic, V. (2019). The Impact of Virtual Communities on Cultural Identity. *Symposion*. Vol. 6. No. 1. Pp. 7-22. DOI: 10.5840/symposion2019611

Cinnirella, M. (1998). Exploring Temporal Aspects of Social Identity: The Concept of Possible Social Identities. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 28. No. 2. Pp. 227-248. DOI: 10.1002/(SICI)1099-0992(199803/04)28:2<227::AID-EJSP866>3.0.CO;2-X

González-Larrea, B., Hernández-Serrano, M.J. (2021). Digital Identity Built Through Social Networks: New Trends in a Hyperconnected World. In *TEEM'20: Eighth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*. Pp. 940-944. DOI:10.1145/3434780.3436629

Nagy, P., Koles, B. (2014). The Digital Transformation of Human Identity. *Convergence the International Journal of Research into New Media Technologies*. No. 20 (3). Pp. 276-292. DOI: 10.1177/1354856514531532

Seifullina, G.R., Arinova, O.T., Zhakin, S.M. (2024). Digital Identity in the Space of Digital Culture. *Bulletin of the Karaganda University History. Philosophy Series*. Vol. 29. No. 2(114). Pp. 307-312. DOI: 10.31489/2024hph2/307-312

Turkle, Sh. (1997). Constructions and Reconstructions of Self in Virtual Reality: Playing in the MUDs. *Mind, Culture, and Activity*. No. 1 (3). Pp. 158-167. DOI: 10.1080/10749039409524667

Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research*. Vol. 25.2. Pp. 227-252. DOI: 10.1111/1468-2427.00309

Сведения об авторе / Information about the author

Бачило Маргарита Дмитриевна – аспирант Института философии и права Сибирского отделения Российской академии наук, г. Новосибирск, ул. Николаева, 8, e-mail: margarita.zabrodina@gmail.com

Статья поступила в редакцию: 15.04.2025

После доработки: 12.05.2025

Принята к публикации: 04.06.2025

Bachilo Margarita – Postgraduate Student of the Institute of Philosophy and Law of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Novosibirsk, Nikolaeva Str., 8, e-mail: margarita.zabrodina@gmail.com

The paper was submitted: 15.04.2025

Received after reworking: 12.05.2025

Accepted for publication: 04.06.2025