

ФИЛОСОФИЯ

(шифр научной специальности: 5.7.7)

Научная статья

УДК 316.354

doi: 10.18522/2070-1403-2024-103-2-45-49

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ РЕВОЛЮЦИИ 4.0

© *Екатерина Андреевна Тен*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия
225337@fa.ru*

Аннотация. Осмысливаются последствия влияния промышленной революции 4.0 на понимание человеком себя, своего места и роли в контексте новой социо-экономической реальности. Исследуются особенности цифровой идентификации личности с тем, чтобы разработать рекомендации по повышению эффективности управления личным цифровым контентом. Проанализированы разные научные подходы к идентификации личности в цифровой среде; прояснена сущность понятия «цифровая идентичность». Цифровая идентичность представлена как знаково-символическая система, в рамках которой выявлена особая роль симулякров. Разработаны практические рекомендации для создания цифрового личного контента и управление его безопасностью.

Ключевые слова: революция 4.0, цифровая идентичность, цифровая идентичность как знаково-символическая система, симулякры цифровой идентичности.

Для цитирования: Тен Е.А. Социально-философские проблемы цифровой идентичности личности в контексте революции 4.0 // Гуманитарные и социальные науки. 2024. Т. 103. № 2. С. 45-49. doi: 10.18522/2070-1403-2024-103-2-45-49.

PHILOSOPHY

(specialty: 5.7.7)

Original article

Socio-philosophical problems of digital identity in the context of the 4.0 revolution

© *Ekaterina A. Ten*

*Financial university under the government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation
225337@fa.ru*

Abstract. The relevance of the research is connected to the socio-scientific analyse the consequences of the impact of the industrial revolution 4.0 on a person's understanding of him|her-self, his/hir place and role in the context of a new socio-economic reality. The purpose of the article is to analyze the features of digital identity in order to develop recommendations for improving the effectiveness of personal digital content management. As a result of the research, various research approaches to personal identification in the digital environment were analyzed; the essence of the concept of "digital identity" was clarified. Digital identity is presented as a symbolic system within which the special role of simulacra is revealed. The practical recommendations have also been developed for creating digital personal content and managing its security.

Key words: revolution 4.0, digital identity, digital identity as a symbolic system, simulacra of digital identity.

For citation: Ten E.A. Socio-philosophical problems of digital identity in the context of the 4.0 revolution. *The Humanities and Social Sciences*. 2024. Vol. 103. No 2. P. 45-49. doi: 10.18522/2070-1403-2024-103-2-45-49.

Введение

Актуальность настоящего исследования связана с тем, что в новейшую эпоху революции 4.0 проникновение информационных и инновационных технологий во все практически сферы жизни оказывает значительное воздействие на индивидуальное развитие человека. При этом аспекты социо-философского характера изменения системы идентичности человека в современном обществе в условиях новой цифровой экономики находятся в стадии разработки. Наибольшее влияние информационной среды на себе испытывает современная молодежь, которая погружена в информационно-коммуникационные потоки сети Интернет в большей степени, чем поколения, рожденные в XX в.

Молодые поколения более открыты и восприимчивы к использованию новейших информационно-коммуникативных технологий и средств общения в информационной среде, более гибки и адаптивны к изменению образа и стиля жизни под влиянием нового экономического уклада и социального образа жизни. Как указывают эксперты, под влиянием новой промышленной революции идет изменения и в идентификационных процессах идентификации людей, социальных групп и общностей [3, с. 189]. Усложняется процесс идентификации личности в обществе и экономике, в которой личность начинает открывать для себя новые возможности для формирования «множественности идентичностей» [3]. Человек словно попадает в «лабиринт идентичностей» [5].

В современной социо-экономической системе каждый индивид вынужден формировать цифровую идентичность в плане пользования как различного рода услугами, предоставляемых государством (например, портал госуслуг, ФНС и др.), коммерческими организациями (банками, маркетплейсами и т.д.), так и в плане общения в социальных сетях и электронных мессенджерах. Представленность в плане виртуальной среды становится одним из условий успешной социализации индивида в обществе 4.0.

Цель исследования – анализ особенностей цифровой идентификации личности с тем, чтобы разработать рекомендации по повышению эффективности управления личным цифровым контентом. Задачи исследования: проанализировать различные научные подходы к идентификации личности в социальной цифровой среде; прояснить сущность понятия «цифровая идентичность», рассмотреть понятие цифровая идентичность; разработать практические рекомендации для создания цифрового личного контента и управление его безопасностью.

Автор исходит из междисциплинарного подхода: заимствует и развивает понятия и категории, теории и методы из философии, психологии и социологии. Используются такие методы как анализ, синтез, сравнение, аналогия, а также принципы феноменологического, деятельностного, символического и аксиологического подходов.

Обсуждение

Философы с древнейших времён, а в современный период – вся армия представителей гуманитарных и социальных наук пытаются зафиксировать, описать и объяснить сущность уникального феномена, который возник только во второй половине XX в. – «цифровая идентичность». Действительно, «цифровая идентичность» – понятие постиндустриальной информационной эпохи. Иными словами, до появления социальных сетей и собственно самого явления как Интернет в науке не было представлений о возможном конструировании идентичности человека в виртуальном пространстве. Философский подход заставляет нас задуматься над тем, насколько цифровизация социо-экономического бытия человека в мире, влияет на изменения самого человека, его понимания самого себя и осознания своего места и роли в мире?

Анализ научной литературы и использование различных подходов (феноменологического, деятельностного, символического и аксиологического) позволили сделать следующие обобщения. Феноменологический анализ позволяет ввить и описать сущность понятия «цифровая идентичность». Это понятие складывается в эпоху активного внедрения и широко использования новых технологий и средств коммуникаций. Деятельностный подход помогает осуществить анализ цифровой идентичности как проекта бытия человека в мире, обществе. Символический подход дает представление о цифровой идентичности как о знаково-символическом конструкте. Аксиологический подход помогает выявлению ценностных смыслов и ориентиров, которые формируются в виртуальном пространстве функционирования и развития цифровой идентичности.

Обобщения научно-теоретических источников по анализу сущности феномена «цифровая идентичность», позволяет заключить, что цифровая идентичность – сложная система, через символы и образы которой человек представляет свой внутренний мир, особенности своего представления о себе, о своих качествах и характеристиках, с целью презентации себя в социально-культурном и экономико-деятельном пространстве своей жизнедеятельности. Обращаясь к наследию экзистенциализма, цифровую идентичность можно представить как сво-

его рода «проект бытия» личности уже в современных условиях промышленной революции и социокультурных изменений во всем мире. В цифровом обществе личности приходится самой решать, как и кем ей быть. На свой страх и риск изобретать свою сущность, смысл своего существования, потому что они у него появятся, только если он их изобретет (создаст, выдумает, выберет). Человек, по мысли философа Ж.-П. Сартра, есть проект бытия. Он сам выбирает, чем он будет и стремится этим стать.

Таким образом, цифровая идентичность может быть представлена как проект личности в виртуальном мире. Виртуальное пространство предполагает, что в нем личность находит свое отражение посредством определенных знаков и символов. Виртуальная реальность позволяет моделировать новый мир и конструировать новую идентичность, обладающую идеальным набором качеств и характеристик. Данный процесс значительно упрощается благодаря тому, что «идеальное Я» выстраивается из готового набора виртуального материала и им же наполняется: содержание виртуальной идентичности представляет собой совокупность знаков, из которых конструируются аспекты нового [4].

В XXI в. инновационные информационно-коммуникативные технологии в значительной степени расширяют возможности для конструирования индивидом себя самого, собственных образа, имиджа, бренда биографии, идентичности. Формирование цифровой идентичности осуществляется с помощью вербальных и невербальных средств. Это позволяет рассматривать ее как всю совокупность семиотических компонентов сетевого облика человека, как разновидность текстов культуры, специфичный визуальный текст общения [7, с. 313–314].

По сути цифровая идентичность – это знаково-символическая система, значения и смыслы которой формируются в контексте определенного общества и культуры, а выражаются и интерпретируются субъектами интеракции в цифровой среде. В виртуальном пространстве личность – «это банк данных, информация, сумма букв, картинок и звуков, представленных цифровым кодом» [1, с. 3].

Таким образом, можно прийти к выводу, что происходит стирание границ между истинным “Я” и искусственно созданным образом личности, фактически между социальным и виртуальным мирами. Личность уже начинает рассматриваться не просто как член общества, а как часть мирового информационного сообщества, в котором действуют определенные правила поведения, запреты, нормы коммуникаций. Безусловно, в цифровом пространстве происходят те же самые процессы и акты взаимодействия, устоявшиеся в обществе. Однако данное взаимодействие переходит на новый уровень [2]. Привычные нам сделки с экономическими агентами теперь происходят на базе цифровых программ и серверов, отношения гражданина и государства также упрощаются благодаря веб сайту госуслуг. Однако в видоизмененной социальной реальности возникают определенные этические вызовы по отношению к “виртуальному человеку”.

Во-первых, человек сам создает свою базу данных и управляет личным цифровым контентом. Он формирует личную потребительскую корзину и становится просто находкой для контент-маркетологов. На основе наших предпочтений, нашей страницы в социальных сетях с помощью специальных алгоритмов анализа Больших данных можно спроецировать наш психологический портрет, включающий особенности темперамента, зависимостей и слабостей, которым в итоге воспользуются рекламодатели для публикации контекстной рекламы.

Во-вторых, в социо-экономической информационной среде наши персональные данные становятся уязвимыми не только в отношении рекламодателей, а также и для различного рода мошенников, что особенно актуально сегодня в контексте реализации проекта сбора биометрических данных. Мы видим, что наши личные данные становятся объектом «купи-продажи» в сети. С одной стороны, данный проект позволяет быстро и эффективно дистанционно приобретать финансовые услуги с помощью биометрии. Однако с другой стороны, биометрические данные легко сфальсифицировать. Особенно в большие ловушки новой цифровой реальности попадают молодые люди, которые еще не являются зрелой личностью, чтобы грамотно потреблять цифровой контент.

Изучение вопроса о специфике процесса идентификации личности в цифровом контексте позволяет прийти к выводу, что, с одной стороны, сетевая идентичность молодых людей характеризуется негативными характеристиками, среди которых – плюралистичность, фрагментарность, мозаичность идентификации. Молодому человеку недостаточно опыта, чтобы понять механизмы и последствия конструирования собственной цифровой идентичности, и у многих нет достаточного опыта эффективного управления своим контентом в сетевом пространстве коммуникаций. Быть постоянно online, играть своими ролями и репрезентациями, не будучи зафиксированным в пространстве – вот новые грани текучей современности, мозаичной идентичности, виртуализировавшейся социальности [6, с. 63]. В пространстве виртуального мира, люди часто надевают «маски», для того чтобы реализовать какие-либо свои цели. При этом эти цели могут носить криминальный характер. Так, молодые люди в силу своей доверчивости принимают других пользователей за таких же как они, не задумываясь над тем, что это мошенники, которые, представляясь другим человеком, способны ввести в заблуждение доверчивых субъектов электронной среды.

Опираясь на идеи постмодерниста Ж. Бодрийера, можно заключить, что цифровая идентичность конструируется чаще всего за счет симулякров. Дело в том, что симулякр в отличие от символа не несет неизменные значения для определенного социокультурного исторического контекста. Симулякры более подвижны в системы наполнения значений. Субъекты коммуникаций в виртуальном пространстве, благодаря повышению компетентности в сфере цифровой безопасности, должны учитывать, как раз, различия между симулякрами символами. Если личность научится на основе повышения своей компетентности в разных сферах своей деятельности, распознаванию симулякров, которые не несут истинный смысл за своей формой, то ей/ему станет легче выстраивать взаимодействие в цифровом мире.

Можно выделить и позитивные черты способа формирования сетевой идентичности. Так, Интернет-пользователи способны к свободному конструированием своей личностей. У молодых людей есть возможность для реализации творческих идей, обмена мнениями, оценками. При этом, если опираться на концепцию Й. Хейзинги “человека-играющего”, то благодаря как раз Интернету и новым технологиям в сфере массовой культуры и медиа, человек получает возможность игры в контексте безграничных возможностей для взаимодействия с социальным миром. Одна из стратегий индивида в сетевых коммуникациях, это Я-играющее. Трудно определить в виртуальной реальности, где находится Я-индивида, а где – уже не Я, хотя в обоих случаях это тоже «Я» [6, с. 65].

Цифровая идентичность ряда пользователей наполнена скрытыми смыслами, маскирующими реальные символы идентификации личности, т.е. является симулякрами. Таким образом, изменяется привычная знаково-символическая система коммуникаций. В сети наблюдается большая тенденция к самоидентификации как идеального образа, часто оторванного от реальности. В этой связи возникают проблемы доверия в социальной сети, искажения понимания личности, искусственность общения и другие коммуникационные барьеры.

Выводы

Современному молодому человеку следует развивать цифровую компетентность, которая включает цифровую грамотность, умение создавать цифровой контент; знание этических норм и правил коммуникации, методов и способов цифровой безопасности, основ эстетико-этической презентации себя как личности; способность нести ответственность за свои поступки в цифровом мире. В рамках данного исследования можно предложить создание электронного онлайн курса для студентов вузов о методах способах и принципах конструирования своей сетевой идентичности, вкл. этику и философию самопрезентации. Также предлагается идея организации дискуссии со студентами и преподавателями на тему особенности создания и продвижения на цифровых платформах своего личного бренда как основы для успешной траектории профессиональной карьеры.

Список источников

1. *Асмолов А.Г., Асмолов Г.А.* От Мы-Медиа к Я-Медиа: Трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. 2009. № 3. С. 3–21.
2. *Кондаков А.М., Костылева А.А.* Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы // Вестник РУДН. Серия: Информатизация образования. 2019. № 3. С. 207–218.
3. *Листвина Е.В., Орлов М.О., Рязанов А.В.* Социокультурные аспекты современных идентификационных процессов // Logos et Praxis. 2023. Т. 22. № 4. С. 188–193.
4. *Солдатова Е.Л., Погорелов Д.Н.* Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы // Образование и наука. 2018. Т. 20. № 5. С. 105–124.
5. *Труфанова Е.О.* Человек в лабиринте идентичностей // Вопросы философии. 2010. № 2. С. 13–22.
6. *Уханов Е.В.* Идентичность в сетевых коммуникациях // Философские науки. 2009. № 10. С. 59–71.
7. *Фленина Т.* Семантическое пространство понятия «сетевая идентичность» // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2014. № 171. С. 310–314.

References

1. *Asmolov A.G., Asmolov G.A.* From We-Media to I-Media: Transformations of identity in the virtual world // Questions of psychology. 2009. No. 3. P. 3-21.
2. *Kondakov A.M., Kostyleva A.A.* Digital identity, digital self-identification, digital profile: problem statement // Bulletin of the RUDN. Series: Informatization of education. 2019. No. 3. P. 207-218.
3. *Listvina E.V., Orlov M.O., Ryazanov A.V.* Sociocultural aspects of modern identification processes // Logos et Praxis. 2023. Vol. 22. No. 4. P. 188-193.
4. *Soldatova E.L., Pogorelov D.N.* The phenomenon of virtual identity: the modern state of the problem // Education and science. 2018. Vol. 20. No. 5. P. 105-124.
5. *Trufanova E.O.* A man in the labyrinth of identities // Questions of philosophy. 2010. No. 2. P. 13-22.
6. *Ukhanov E.V.* Identity in network communications // Philosophical Sciences. 2009. No. 10. P. 59-71.
7. *Flenina T.* Semantic space of the concept of “network identity” // Izvestia of the Russian State Pedagogical University named after A.I. Herzen. 2014. No. 171. P. 310-314.

Статья поступила в редакцию 02.03.2024; одобрена после рецензирования 24.03.2024; принята к публикации 24.03.2024.

The article was submitted 02.03.2024; approved after reviewing 24.03.2024; accepted for publication 24.03.2024.