

УДК 101.1:316 + 004.946 + 004.358

DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-1-40-47

## **БЛОГЕРСТВО КАК СПОСОБ ПОСТРОЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ WEB 2.0**

**Милиева Екатерина Галимулловна** – старший преподаватель кафедры философии, Южно-Уральский государственный университет. Российская Федерация, 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76; e-mail: miliaevaeg@susu.ru, ORCID: 0000-0001-6771-1219

В статье автор анализирует особенности интернета Web 2.0 и характеризует явление блогерства как современного способа построения цифровой идентичности. Web 2.0 позволяет пользователям активно участвовать в создании и обмене контентом в интернете через различные онлайн-платформы, такие как блоги, социальные сети, видеохостинги и др. Представлены практики ведения блогов, которые могут быть осуществлены в современном интернет-пространстве. Блогерство позволяет людям проявлять свою креативность в разнообразных формах и делиться мыслями, опытом, знаниями и интересами с миллионами пользователей Интернета. Создание и ведение блога могут помочь человеку выразить свою уникальность и индивидуальность в цифровом пространстве и таким образом выстроить свою цифровую идентичность, важными характеристиками которой являются не только оригинальный имидж и авторский контент, но и количество подписчиков.

**Ключевые слова:** цифровая идентичность, цифровая эпоха, интернет Web 2.0, цифровой субъект, блог, блогер

*Цитирование:* Милиева Е.Г. Блогерство как способ построения цифровой идентичности в условиях *Web 2.0* // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2022. Т. 6. № 1. С. 40-47. DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-1-40-47

*Рукопись получена: 3 марта 2023*

*Пересмотрена: 10 апреля 2023*

*Принята: 12 апреля 2023*

## **BLOGGING AS A WAY TO BUILD DIGITAL IDENTITY IN WEB 2.0 CONDITIONS**

**Ekaterina G. Miliaeva** – Senior Lecturer, Department of Philosophy, National Research South Ural State University. 76 Lenin Ave., Chelyabinsk 454080, Russian Federation; e-mail: miliaevaeg@susu.ru, ORCID: 0000-0001-6771-1219

In the article, the author analyzes the features of the Internet Web 2.0 and characterizes the phenomenon of blogging as a modern way of building a digital identity. Web 2.0 allows users to actively participate in the creation and sharing of content on the Internet through various online platforms such as blogs, social networks, video hosting, etc. Blogging practices that can be implemented in the modern Internet space are presented.

Through blogging, people express their creativity in a variety of ways and share their thoughts, experiences, knowledge and interests with millions of Internet users. Creating and maintaining a blog can help a person express their uniqueness and individuality in the digital space and thus build their digital identity, important characteristics of which are not only the original image and author's content, but also the number of subscribers.

**Keywords:** digital identity, digital age, internet Web 2.0, digital subject, blog, blogger

*How to cite:* Miliaeva, E.G. (2023). Blogging as a way to build digital identity in Web 2.0 conditions, *The Digital Scholar: Philosopher's Lab, 6 (1):* 40-47. DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-1-40-47 (In Russian).

*Received:* 3 March 2023

*Revised:* 10 April 2023

*Accepted:* 12 April 2023

### *Интернет Web 2.0 как условие блоггерства*

Говоря о том, что современный человек фланирует между офлайн и онлайн, осуществляя в процессе этого перемещения различные практики самотворчества, необходимо помнить о специфике этой новой сферы, расширившей возможности человека. Интернет, который мы используем, имеет название *Web 2.0* и является пространством, активно изменяющимся под воздействием технологии, экономики, политики и культуры (Итинсон, 2021).

Современное интернет-пространство имеет несколько особенностей, которые являются следствием его развития и распространения в последние годы. Во-первых, это глобальность сети, которая сегодня не сдерживается даже властными методами. Интернет позволяет людям со всего мира обмениваться информацией и контентом вне зависимости от границ и языковых барьеров. Во-вторых, невероятная интерактивность: современные технологии и социальные сети позволяют пользователям активно взаимодействовать друг с другом, обмениваться мнениями и контентом, создавать сообщества и влиять на общественное мнение. В-третьих, неограниченность объема данных: сегодня сеть не имеет ограничений на количество информации, которую можно разместить, и на количество пользователей, которые могут ей пользоваться. Современные технологии позволяют получать и обрабатывать информацию практически мгновенно. В-четвертых, многообразие источников: впервые за всю историю человечества практически все, кто имеет точку доступа, могут использовать огромное количество различных источников информации – от свободных сетевых энциклопедий до оцифрованных архивов различных государственных структур. Несомненно, в современном интернете есть и проблемы, обусловленные его спецификой, такие как фейки, ки-

бербуллинг (запугивание и травля с использованием цифровых технологий), скам (разновидность онлайн-мошенничества), нарушение приватности и т. д., что требует особо тщательного внимания к представленным в сети цифровым субъектам.

Под *Web 2.0* понимаются веб-технологий и приложения, которые позволяют пользователям активно участвовать в создании и обмене контентом в интернете. *Web 2.0* появился в начале 2000-х гг., когда интернет-пользователи стали активно создавать контент и обмениваться им через различные онлайн-платформы, такие как блоги, социальные сети, видеохостинги и др. *Web 2.0* отличается от статических веб-сайтов, которые были популярны на первом этапе развития интернета, так как предоставляет пользователям более интерактивный способ обмена контентом: комментарии, оценки, форумы, чаты и т. д. *Web 2.0* также характеризуется увеличением взаимодействия между пользователями и упрощением процесса создания и публикации контента, что позволяет людям быстрее и проще делиться своими мыслями, идеями и творчеством в интернете (Hans et al., 2021). Именно в *Web 2.0* появились сегодняшние «властители дум» – блогеры-инфлюэнсеры, влияющие на мысли и чувства миллионов людей с экранов смартфонов, через фотографии, посты и ролики в социальных сетях.

Прогноз развития интернета в ближайшем будущем выглядит закономерным в условиях капитализма, но не может радовать с точки зрения свободного развития человеческой индивидуальности. *Web 3.0* будет организован таким образом, чтобы приносить максимум прибыли владельцам цифровых ресурсов за счёт создания авторского уникального контента, максимально отвечающего на запросы широкой аудитории (Чаплыгина, 2020). Одна из попыток создания нового интернета, в котором сольются в тесном взаимодействии пользователи, создатели контента и цифровые технологии – это проект *Meta*<sup>3</sup> Марка Цукерберга (Latoshik, Lin, 2022). *Meta* заявлена как территория абсолютной свободы, но о какой реальной свободе может идти речь, когда владельцы ресурса будут контролировать весь цифровой след, оставляемый самыми различными акторами этого пространства?

*Ставьте лайки, подписывайтесь на канал,  
донаты приветствуются*

В статье «Ab offline in online et retro offline: социально-философская интерпретация цифровой идентичности» Р.В. Пеннер, говоря о цифровой идентичности человека, представляет две формы репрезентации субъекта в сети – клиповую и нарративную, а также отмечает, что обе они характерны для деятельности современных блогеров, дополняют и расширяют друг друга. В конце статьи автор задаётся вопросом, кого же мы видим – реальную де-

---

<sup>3</sup> Организация, деятельность которой запрещена на территории РФ.

вущку Грету или тщательно продуманный медийный образ экоактивистки?

Блогер – это человек, который создаёт и публикует свои записи, статьи, видео- или аудиоконтент в своём личном блоге или на платформе для блогинга, чтобы поделиться своими мыслями, опытом, знаниями, интересами или иным материалом с аудиторией. Блогеры могут писать на различные темы, такие как мода, кулинария, технологии, спорт, путешествия, личное развитие, политика и т. д. Они могут иметь свою аудиторию и фан-базу, которые подписываются на их блог, комментируют их записи и делятся ими с друзьями.

Блогеры могут зарабатывать на своём контенте, например, через контекстную рекламу, партнёрские программы, спонсорские контракты, продажу продуктов или услуг, созданных блогером, и т. д. (Абилькенова, 2022) Некоторые блогеры могут стать известными и влиятельными в своей сфере, их идеи будут оказывать значительное влияние на общественное мнение и поведение людей.

Среди блогеров можно выделить и так называемых инфлюэнсеров (от англ. *influencer*) – это блогеры, имеющие влияние на широкую аудиторию в социальных медиа, блогах, *YouTube*-каналах или других онлайн-платформах. Инфлюэнсеры обычно имеют большое количество подписчиков (или фолловеров) и чаще всего используют своё влияние для рекламы товаров и услуг, для формирования потребительского поведения (Рябокоть, Кузнецова, Шульженко, 2021).

В рамках размышления о том, где и как формируется новая идентичность человека, опосредованная цифровым миром (Соловьёва, 2018; Cover, 2023), стоит посмотреть на яркие и полярные образы современных российских блогеров. Необходимо отметить, что наше исследование не подразумевает оценки их деятельности.

Популяризатор научного мировоззрения Станислав Дробышевский – кандидат биологических наук, учёный-палеоантрополог, сотрудник биологического факультета МГУ – развивает научно-популярный портал «Антропогенез.ру», посвящённый проблематике происхождения человека и общества. Книги «Палеоантропология антрополога» и «Достающее звено» об эволюции гоминидов вызвали бурные дискуссии в научном сообществе. На канале Дробышевского в *YouTube* сегодня 147 тыс. подписчиков, а в сообществе социальной сети *ВКонтакте* – 15 тыс. участников.

Поп-певица Дарья Зотеева, известная в сети под ником Инста-самка, представляет блогеров из так называемого поколения тиктокеров, создающих короткие видео разговорного и комедийного жанра. Зотеева обладает огромным творческим потенциалом, что отражается в саркастических текстах её песен, которые высмеивают проблемы современного общества, поражённого тотальной болезнью безудержного потребления. Певица выбрала крайне эпатазирующее поведение, и это тут же получило своеобразный отклик со стороны общества – в России местные органы власти и защитники

нравственности молодёжи запрещают концерты, из-за чего популярность Зотеевой в сети только растёт. У неё 5,5 млн подписчиков в Инстаграм<sup>4</sup>, и 1,97 млн – на *YouTube*.

Несомненно, это антагонисты в современном медийном пространстве – солидный мужчина-учёный и молодая эпатажная рэп-певица. Но оба блогера, используя клиповую и нарративную формы репрезентации субъекта, транслируют в сети то, что входит в традиционное понимание идентичности человека как совокупности уникальных характеристик, которые определяют его индивидуальность и позволяют отличать от других людей.

Дробышевский и Инстасамка демонстрируют свои личности как уникальные наборы индивидуальных черт, таких как характер, убеждения, ценности, интересы. На основе этой презентации аудитория блогов легко может установить, с кем из них идентифицировать себя и кого определить как Другого, который станет образцом для построения собственного пути как в офлайне, так и в онлайн (Петренко, 2022).

Несомненно, в видеозаписях представленных блогов публика видит и физические характеристики – цвет кожи, волос, глаз, рост, вес и другие особенности внешности, которые формируют как симпатию к блогеру, так и полное его неприятие. Особенно ярко в представленных блогах обозначена репрезентация социального статуса, который определяется на основе таких критериев, как образование, профессия, доход, религия, культура, географическое местоположение и т. д.

Важным маркером цифровой идентичности в *Web 2.0* являются информационные цифровые характеристики, которые определяются на основе цифровой активности человека в интернете. Именно поэтому количество подписчиков канала – это не столько маркер для рекламного агентства, позволяющий рассчитать аудиторию рекламной кампании, сколько показатель признания публики, важный для самого блогера. Сотни, тысячи и миллионы подписчиков, жаждущие нового видео и фото, комментарии к своему комментарию (пусть даже написанного пресс-группой крупного инфлюэнсера) и т. д., создают особое поле взаимодействия людей в онлайн, через которое блогер и его аудитория формируют цифровые идентичности друг друга.

### *Заключение*

С точки зрения технологий определить цифровую идентичность человека достаточно просто. С позиции *IT* цифровая идентичность человека заключается в совокупности электронных данных, которые идентифицируют его в цифровом пространстве. Но для современной гуманитарной оптики, в которой исследуются субъекты цифрового пространства, необходимо подчеркнуть

---

<sup>4</sup> Запрещённая на территории России социальная сеть.

творческое деятельностное начало, лежащее в основе любой идентичности человека – персональной, личностной, социальной и т. д. (Гречко, 2011; Лысак, Косенчук, 2016). *Digital* является результатом научно-технического прогресса и должно служить человеку и во имя человека. Угроза коммерциализации, алгоритмизации и тотального контроля со стороны обезличенных цифровых субъектов, таких как сложные программно-машинные комплексы искусственного интеллекта, в *Web 3.0* способны поставить под угрозу идентичность человека как совокупность уникальных характеристик, которые определяют его индивидуальность и позволяют отличать от других людей. Но пока этот прогноз не сбылся, на сегодня блогинг – это один из эффективных способов построения цифровой идентичности человека. Когда человек создаёт блог в любой из возможных форм и на любой из площадок, он может делиться своими мыслями, опытом, знаниями и интересами с другими людьми в онлайн-сообществе. Это позволяет ему не только строить свой имидж в социальных сетях, но выражать свою уникальность и индивидуальность, формируя собственную цифровую идентичность, которая становится ключевым фактором в определении личности человека и его места в цифровом мире.

### **Информация о финансировании исследования**

Работа выполнена при поддержке Российского научного фонда. Конкурс «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований отдельными научными группами» (региональный конкурс); проект № 22-18-20011 «Цифровая грамотность: междисциплинарное исследование (региональный аспект)».

### **Funding**

The research was supported by the grant of the Russian Science Foundation Competition «Conducting fundamental scientific research and exploratory scientific research by individual scientific groups» (regional competition); project № 22-18-20011 «Digital literacy: interdisciplinary research (regional aspect)».

### **Информация о конфликте интересов**

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

### **Declaration of Conflicting Interests**

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

### Список литературы

- Абилькенова, 2022 – *Абилькенова В.А.* Станет ли блоггерство профессией? // *Ведомости прикладной этики.* 2022. Вып. 59. С. 141-168.
- Гречко, 2011 – *Гречко П.К.* Личностная идентичность: перспективы и ресурсы конструирования // *Вопросы социальной теории.* 2011. Т. 5. С. 293-318
- Итинсон, 2021 – *Итинсон К.С.* WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0: этапы развития технологий и их влияние на образование // *Карельский научный журнал.* 2021. Т. 9. № 1 (30). С.19-21.
- Кондаков, Костылева, 2019 – *Кондаков А.М., Костылева А.А.* Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Информатизация образования.* 2019. Т. 16. № 3. С.207-218.
- Лысак, Косенчук, 2016 – *Лысак И.В., Косенчук Л.Ф.* Формирование персональной идентичности в условиях сетевой культуры. М.: Издательство «Спутник+», 2016. 147 с.
- Рябокоть, Кузнецова, Шульженко, 2021 – *Рябокоть Е.М., Кузнецова О.А., Шульженко К.С.* Блогеры-инфлюэнсеры в fashion-индустрии // Структурная и технологическая трансформация России. 2021. № 1. <https://doi.org/10.24412/cl-36462-2021-1-745-751>
- Петренко, 2022 – *Петренко Д.П.* Корреляция личного бренда с личностью блогера // *Форум молодёжной науки.* 2022. № 3 (1). С. 71-79.
- Соловьёва, 2018 – *Соловьёва Л.Н.* Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи // *Общество: философия, история, культура.* 2018. № 12 (56). С. 40-43.
- Чаплыгина, 2020 – *Чаплыгина М.А.* Интерактивность как дисциплинирующая технология эпохи WEB 2.0 // *Вестник магистратуры.* 2020. № 6 (105). С. 5-6.
- Чичерина, Стрелкова, 2022 – *Чичерина Н.В., Стрелкова С.Ю.* Метафоры цифровой идентичности // *Terra Linguistica.* 2022. № 13 (2). С. 30-38.
- Cover, 2023 – *Cover R.* Identity and Digital Communication: Concepts, Theories, Practices. L.: Routledge, 2023. 192 p. <https://doi.org/10.4324/9781003296652>
- Latoshik, Lin, 2022, web – *Latoshik M., Lin J.* Digital body, identity and privacy in social virtual reality: a systematic review // *Frontiers in Virtual Reality.* 2022. Vol. 3. <https://doi.org/10.3389/frvir.2022.974652>
- Hans et al., 2021 – *Hans S., Maqsad S., Swami A.N., Kumar A.* A systematic review of blogging: opportunities and challenges // *International Journal of Scientific Research in Computer Science Engineering and Information Technology.* 2021. Vol. 7. Pp. 123-129. <https://doi.org/10.32628/CSEIT2172133>

### References

- Abil'kenova, V. (2022). Will blogging become a profession? *Statements of Applied Ethics*, 59, 141-168. (In Russian)
- Grechko, P. (2011). Personal identity: perspectives and design resources. *Questions of Social Theory*, 5, 293-318. (In Russian)

Itinson, K. (2021). WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0: stages of technology development and their impact on education. *Karelian Scientific Journal*, 9, 1 (30), 19-21. (In Russian)

Kondakov, A., Kostyleva, A. (2019). Digital identity, digital self-identification, digital profile: problem statement. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Informatization of Education*, 16 (3), 207-218. (In Russian)

Lysak, I., Kosenchuk, L. (2016). *Formation of Personal Identity in a Network Culture*. Sputnik+ Publ. (In Russian)

Ryabokon', E., Kuznecov, O., Shul'zhenko, K. (2021). Bloggers-influencers in the fashion industry. *Structural and Technological Transformation of Russia*, 1 (1). <https://doi.org/10.24412/cl-36462-2021-1-745-751>

Petrenko, D. (2022). Correlation of a personal brand with a blogger's personality. *Youth Science Forum*, 3 (1), 71-79. (In Russian)

Solov'eva, L. (2018). Digital identity as a new kind of human identity of the information age. *Society: Philosophy, History, Culture*, 12 (56), 40-43. (In Russian)

Chaplygina, A. (2020). Interactivity as a disciplinary technology of the WEB 2.0 era. *Bulletin of the Magistracy*, 6 (105), 5-6. (In Russian)

Chicherina, N., Strelkova, S. (2022). Metaphors of digital identity. *Terra Linguistica*, 13 (2), 30-38. (In Russian)

Cover, R. (2023). Identity and digital communication: concepts, theories, practices. Routledge Publ. <https://doi.org/10.4324/9781003296652>

Latoshik, M., Lin, J. (2022). Digital body, identity and privacy in social virtual reality: a systematic review. *Frontiers in Virtual Reality*, 3. <https://doi.org/10.3389/frvir.2022.974652>

Hans, S., Maqsad, S., Swami, A.N., Kumar, A. (2021). A systematic review of blogging: opportunities and challenges. *International Journal of Scientific Research in Computer Science Engineering and Information Technology*, 7, 123-129. <https://doi.org/10.32628/CSEIT2172133>