ФИЛОСОФИЯ

(шифр научной специальности: 5.7.8)

Научная статья
УДК 130.2.008
doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-35-39

КОНСТРУИРОВАНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ В ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЕ ЧЕРЕЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ

© Михаил Валерьевич Латкин
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия
latkin@sfedu.ru

Аннотация. Анализируются ключевые механизмы, посредством которых цифровая культура трансформирует процессы конструирования и презентации профессиональной идентичности. Определены свойства цифровой среды, превращающие ее в основную арену для формирования профессионального «Я», и систематизировать инструменты цифровой самопрезентации, возникающие в этом контексте. В качестве перспектив исследования предложено углубленное изучение технической логики цифровых платформ и ее роли в порождении контекстных идентичностей одного индивида, а также анализ форм социального неравенства, воспроизводимых в цифровой среде, которое может быть связано с неравным доступом к ресурсам для создания контента и с различиями в уровнях цифровой грамотности.

Ключевые слова: профессиональная идентичность; цифровая культура; самопрезентация; личный бренд; нарратив; алгоритмическая культура.

Для цитирования: Латкин М.В. Конструирование идентичности в цифровой культуре через профессиональное самоопределение // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 116. № 3. С. 35-39. doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-35-39

PHILOSOPHY

(specialty: 5.7.8)

Original article

Construction of identity in digital culture through professional self-determination

© Michael V. Latkin
Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation
latkin@sfedu.ru

Abstract. The key mechanisms through which digital culture transforms the processes of professional identity design and presentation are analyzed. The properties of the digital environment that turn it into the main arena for the formation of professional self are determined, and the tools of digital self-presentation that arise in this context are systematized. The research prospects include an in-depth study of the technical logic of digital platforms and its role in generating contextual identities of one individual, as well as an analysis of forms of social inequality reproduced in the digital environment, which may be associated with unequal access to resources for content creation and differences in levels of digital mobility.

Key words: professional identity; digital culture; self-presentation; personal brand; narrative; algorithmic culture.

For citation: Latkin M.V. Construction of identity in digital culture through professional self-determination. *The Humanities and Social Sciences.* 2026. Vol. 116. No 3. P. 35-39. doi: 10.18522/2070-1403-2026-116-3-35-39

Введение

Современный этап развития общества обусловил фундаментальную трансформацию социальных структур и процессов идентификации. Тотальная цифровизация перенесла ключевые социальные взаимодействия в онлайн-среду и превратила цифровое пространство в арену для конструирования и презентации самости. В этих условиях профессиональная идентичность, традиционно формировавшаяся внутри жестких институциональных и корпоративных рамок (через принадлежность к организации, стабильную должность, фиксированные

профессиональные нормы), претерпевает радикальную перестройку. Исследование механизмов этого процесса представляется крайне значимым для понимания социокультурной динамики XXI в.

Необходимость изучения означенных процессов обусловлена самим масштабом и глубиной трансформации. Как отмечал Кастельс, «Специфические общества, определяемые наличными границами национальных государств или культурными границами исторических идентичностей их граждан, глубоко фрагментированы двойственной логикой включения и исключения из глобальных сетей, которые структурируют производство, потребление, коммуникацию и власть» [7, с. 43]. Профессиональное самоопределение более не является единовременным актом выбора места работы, а превращается в непрерывный процесс. Бауман, описывая хрупкость социальных связей, писал: «вера, которая давала все основания что-то предполагать в будущем, действовать исходя из долгосрочных перспектив и соединять отдельные шаги, один за другим, в тщательно спланированную траекторию временной, безнадежно смертной жизни, в значительной степени ослабли; вероятность того, что завтра человек обнаружит собственное тело в совершенно иной или полностью изменившейся семье, классе, местности и компании других сослуживцев в настоящее время намного более высока» [1, с. 196]. Это напрямую проецируется на сферу труда – лояльность профессии или компании замещается лояльностью собственному персональному бренду и сетям.

Кроме этого актуальность исследования связана с переходом от традиционных, корпоративных форм профессионального самоопределения к индивидуализированным и медиатизированным. Профессиональная идентичность все меньше «выдается» институцией и все более «собирается» самим индивидом из дискретных элементов (успешно реализованных проектов, компетенций, экспертного статуса и пр.). Цифровая среда выступает как инструмент для этого перформативного акта. Профессиональное «Я» становится нарративом, который необходимо постоянно поддерживать и обновлять в соответствии с потенциальными запросами профессиональной среды.

Обсуждение

Ключевой проблемой, требующей научного осмысления, является размывание границ между личным и профессиональным «Я» в цифровом пространстве. Цифровые платформы, особенно социальные сети, стирают эти границы, поощряя создание целостного, но сконструированного онлайн-присутствия. Профессиональная саморепрезентация все чаще включает элементы персонального опыта, хобби, ценностных установок. Обратный процесс превращает приватное в профессию, когда презентация личного стиля жизни монетизируется. Это порождает новые формы отчуждения и выгорания, когда невозможно «выйти из сети», а также ставит этические и психологические вопросы о степени конвертации личного капитала в профессиональный.

Целью данной статьи является выявление и анализ механизмов, посредством которых цифровая культура становится ключевой средой для конструирования и презентации профессиональной идентичности. Для этого мы кратко определим ключевые характеристики цифровой культуры и систематизируем инструменты цифровой самопрезентации.

В целом сегодня мы можем наблюдать парадоксальную ситуацию, когда сама среда самопрезентации во многом определяет ее сюжет. Сама логика функционирования новых медиа начинает определять, как мы мыслим и действуем. По сути, когда Генри Дженкинс в своей работе «Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа» [6] говорит о конвергентной культуре, он говорит именно об этих процессах. Для профессионала это значит, что его профессиональная значимость определяется не только дипломом, а видимой активностью в медиаполе. Профессиональная репутация становится публичным, наглядным действом.

Однако существует более «технократичная» сторона этой среды, некая платформенная логика. Любая социальная сеть – это не нейтральное пространство, а пространство, которое изначально задает форму взаимодействия внутри себя. Мы, конструируя себя, вынуждены адаптировать сложную профессиональную биографию в эти удобные для базы данных ячейки.

Получается, наше самоопределение с самого начала поставлено в рамки формата, предписанного платформой. Мы не просто строим себя, а оптимизируем себя под систему.

На стыке этой экзистенциальной необходимости строить себя и технократического требования это сделать по правилам платформ появляется такой феномен современной культуры как «личный бренд». В его существовании заключается одно из главных противоречий, которые разбираются в данной статье. Личный бренд претендует на роль некого методологического инструмента по продвижению навыков. Но с другой стороны он представляет собой идеологию, согласно которой личность превращает себя одновременно в продукт. Индивидуальные ценности и приоритеты становятся точками дифференциации на рынке. Аутентичность становится стратегией по отделению себя от конкурентов. Самопрезентация превращается в сложную игру, где подлинность становится тщательно продуманным элементом имиджа.

Получается, что профессиональное самоопределение в таком контексте – это уже не поиск призвания. Свой опыт, знания и даже личные качества человек рассматривает как активы, которые нужно грамотно «вложить» для получения дивидендов в виде карьеры или статуса. Создание личного бренда становится культурной практикой, в которой осмысляется и реализуется предпринимательство.

Таким образом, можно сформулировать два ключевых тезиса данного исследования. Конструирование профессионального «Я» в цифровой культуре обрело новую природу. Цифровая среда стала нашим соавтором в создании профессиональной идентичности, которая из относительно стабильного статуса она превращается в перманентный проект и незавершенный нарратив, который нужно постоянно дополнять и проигрывать. Нарратив нашей личной профессиональной истории существует в фрагментированном и интерактивном пространстве цифровых медиа.

В этих условиях профессиональное самоопределение теряет черты одноразового выбора и становится непрерывной практикой работы над собой. Это процесс, требующий постоянных ментальных (и материальных) инвестиций в непрерывный процесс стратегического самоперформанса. Человек вынужден осваивать двойную логику – логику техники медиатизации и логику проявления собственной аутентичности. Центральным парадоксом и сложностью данной ситуации становится необходимость стратегически конструировать аутентичность – «производить» искренность как тщательно продуманный эффект для создания доверия.

При таких обстоятельствах быть профессионалом сегодня – значит не только обладать соответствующими компетенциями, но и владеть нарративным мастерство и личной харизмой. Поддержание профессиональной идентичности в цифровую эпоху становится не данность, а ежедневным цифровым трудом. Ее конструирование стало обязательным условием видимости и состоятельности в новой экономике внимания и связей.

Выводы

В качестве дальнейшей перспективы исследования данной темы представляется изучение как технической алгоритмической логики и аудитории различных платформ социальных медиа, так и тех процессов, с помощью которых они порождают различные «суб-идентичности» одного профессионала. Кроме этого актуальным остается вопрос о формах социального неравенства в цифровой среде, образующихся вследствие неравномерного доступа к ресурсам для создания качественного контента и различных уровней цифровой грамотности.

Список источников

1. *Бауман З.* Текучая современность / Пер. с англ. Под ред. Ю.В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
2. *Бурдье П.* Практический смысл / Пер. с фр.: А.Т. Бикбов, К.Д. Вознесенская, С.Н. Зенкин, Н.А. Шматко; Отв. ред. пер. и послесл. Н.А. Шматко. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.

3. *Гидденс Э.* Последствия современности / Пер. с англ. Г.К. Ольховикова, Д.А. Кибальчича; вступ. статья Т.А. Дмитриева. М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. 352 с.
4. *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ, и вступ. статья А.Д. Ковалева. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.
5. *Гречко П.К.* Идентичность человека, или Homo Professional // Ценности и смыслы. 2012. № 5 (21). С. 51–63.
6. *Дженкинс Г.* Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа / Пер. с англ. А. Гасилина. М.: Группа компаний «РИПОЛ классик», 2019. 384 с.
7. *Кастельс М.* Власть коммуникации: Учебное пособие / Пер. с англ. Н.М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Черных. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
8. *Филипенок С.А.* Два способа самосознания в структуре сознания // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2021. № 61. С. 21–28.
9. *Фромм Э.* Бегство от свободы. Nyköping, Sweden: Philosophical arkiv, 2016. 231 с.
10. *Хайдеггер М.* Бытие и время / Пер. с нем. В.В. Бибихин. М.: Ad Marginem, 1997. 452 с.
11. *Шибаршина С.В.* О возможности и перспективах научного прекариата // Epistemology & Philosophy of Science. 2022. № 3.
12. *Щедрина И.О.* Идентичность в цифровом пространстве: нарратив между когнитивным и экзистенциальным // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2023. № 3 (65). С. 124–129.
13. *Braidotti R.* Nomadic theory: the portable Rosi Braidotti. New York: Columbia university press, 2012. 416 p.
14. *Giddens A.* Modernity and Self-Identity Self and Society in the Late Modern Age. UK.: Polity Press, 1991. 246 с.
15. *Striphas T.* Algorithmic culture // European Journal of Cultural Studies. 2015. Т. 18. № 4–5. С. 395–412.

References

1. *Bauman Z.* Fluid modernity / Translated from English. Edited by Yu.V. Asochakov. St. Petersburg: Peter, 2008. 240 p.
2. *Bourdieu, P.* Practical meaning / Translated from French: A.T. Bikbov, K.D. Voznesenskaya, S.N. Zenkin, N.A. Shmatko; Edited by N.A. Shmatko. St. Petersburg: Aleteya Publ., 2001. 562 p.
3. *Giddens E.* The consequences of modernity / Translated from English by G.K. Olkhovikova, D.A. Kibalcich; intro. article by T.A. Dmitriev, M.: Praxis Publishing and Consulting Group, 2011. 352 p.
4. *Hoffman I.* Presenting oneself to others in everyday life / Translated from English, and intro. article by A.D. Kovalev, M.: CANON-press-Ts, Kuchkovo Pole, 2000. 304 p.
5. *Greco P.K.* The personality of a person, or a professional person // Values and meanings. 2012. No. 5 (21). P. 51-63.
6. *Jenkins G.* Convergent culture. The clash of old and new media / Translated from English by A. Gasilina, M.: RIPOL Classic Group of Companies, 2019. 384 p.
7. *Castells M.* The power of communication: A textbook / Translated from English by N.M. Tylevich; edited by A.I. Chernykh. M.: Publishing House of the Higher School of Economics, 2016. 564 p.
8. *Filipenok S.A.* Two ways of self-awareness in the structure of consciousness // Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science. 2021. No. 61. P. 21-28.

9. *Fromm E.* Escape from freedom. Nykoping, Sweden: Philosophical Archive, 2016. 231 p.
10. *Heidegger M.* Genesis and time / Translated from German by V.V. Bibikhin. M.: Ad Marginem, 1997. 452 p.
11. *Sibarina S.V.* On the possibility and experience of scientific analysis // Epistemology and Philosophy of Science. 2022. No. 3.
12. *Shchedrina I.O.* Identity in the digital space: a narrative between cognitive and existential // Humanitarian studies in Eastern Siberia and the Far East. 2023. No. 3 (65). P. 124-129.
13. *Braidotti R.* Nomadic theory: a portable version by Rosie Braidotti. New York: Columbia University Press, 2012. 416 p.
14. *Giddens A.* Modernity and self-identification of the "I" and society in the Late Modern era. Great Britain.: Polity Press, 1991. 246 p.
15. *Striphas T.* Algorithmic culture // European Journal of Cultural Studies. 2015. Vol. 18. No. 4-5. P. 395-412.

Статья поступила в редакцию 19.03.2026; одобрена после рецензирования 02.04.2026; принята к публикации 02.04.2026.
The article was submitted 19.03.2026; approved after reviewing 02.04.2026; accepted for publication 02.04.2026.