



DOI 10.22363/2312-8631-2019-16-3-207-218

УДК 372.862

Научная статья

## Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы

А.М. Кондаков, А.А. Костылева

Московский педагогический государственный университет  
Российская Федерация, 119048, Москва, ул. Усачева, 64

**Проблема и цель.** Статья посвящена исследованию проблемных вопросов, касающихся цифровой идентичности, цифровой самоидентификации личности, цифрового профиля. Поиск ответов на эти вопросы занимаются не только ученые гуманитарного направления, но и специалисты в области государственного управления, финансов, образования, философии и этики, высокотехнологичных секторов экономики, поскольку формирование цифровой идентичности – это сфера личной, общественной, корпоративной и национальной безопасности. Целями описываемого в статье исследования являются определение на основе анализа сложившихся подходов к цифровизации общества возможных проблем в области формирования цифровой идентичности личности и выявление основных путей решения таких проблем.

**Методология.** Проведено аналитическое исследование по выявлению вопросов, характеризующих процессы цифровизации общества. Первый блок вопросов: что такое цифровая идентичность? Каковы ее особенности? Как формируется цифровая идентичность в условиях сетевой коммуникации? Второй блок вопросов: каким образом происходит цифровая самоидентификация личности? Каковы последствия этого процесса для реальной и виртуальной (конвергентной) жизни индивида? Третий блок вопросов: что такое цифровой профиль? Кто провайдер цифрового профиля? В чем заключаются новые возможности и риски использования цифровых профилей?

**Результаты.** В ходе исследования аргументировано, что в условиях цифровой экономики, предполагающей повсеместное использование больших массивов данных, особое значение приобретает решение проблемы контроля над формированием цифровой идентичности гражданина. Начиная с самого раннего возраста, у человека необходимо целенаправленно развивать навыки формирования цифровой идентичности. Единственный способ восстановить полный контроль над цифровой проекцией человека – это сделать все данные о пользователе открытыми для него. Опыт применения соответствующих цифровых профилей порождает новые риски, перечисленные в статье.

**Заключение.** Проблемы цифровой идентичности, цифровой идентификации и цифрового профиля являются темами для серьезного общественно-профессионального и научного обсуждения. Цифровая идентичность оказывает все более возрастающее вли-

© Кондаков А.М., Костылева А.А., 2019



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

яние на жизнь человека и общества. Формирование цифровой идентичности является вопросом личной, общественной и национальной безопасности. Человеку необходимо учиться формировать свою цифровую идентичность.

**Ключевые слова:** конвергентная реальность; цифровая идентичность; цифровая самоидентификация; цифровой профиль

**Постановка проблемы.** Цифровое пространство, виртуальная реальность, сетевая коммуникация, сетевое сознание, сетевая культура задают новое проблемное поле для изучения феномена идентичности личности в условиях цифрового ( сетевого) общества. В философии, культурологии, психологии, социологии рассматриваются различные аспекты идентичности в контексте осознания личностью принадлежности к той или иной социальной группе, профессиональной культуре; проживания в ходе жизненного цикла разных эго-состояний; ассимиляции личностного и социального опыта; поддержания личностью своей целостности и субъектности в постоянно изменяющемся мире [12].

Технологии четвертой промышленной революции, стремительно вошедшие в повседневную жизнь большинства людей, высвечивают новые ракурсы проблемы формирования идентичности личности, которые, являясь совершенно не изученными с научной точки зрения, тем не менее уже стали повседневной реальностью каждого человека, полем для практических экспериментов [1; 2].

Данная статья представляет собой попытку постановки проблемных вопросов, которые в ближайшее время предстоит решать не только на уровне фундаментальных гуманитарных исследований, но и в сфере финансов, экономики, государственного управления, образования, маркетинга, права, этики, технологий, поскольку цифровая идентичность сегодня оказывает принципиальное влияние на жизнь человека.

**Методы исследования.** В ходе проводимого исследования на основе анализа сложившихся подходов к формированию цифровой идентичности выявлены вопросы и проблемы, характеризующие соответствующие процессы цифровизации общества.

Первый блок вопросов: что такое цифровая идентичность? Каковы ее особенности? Как формируется цифровая идентичность в условиях сетевой коммуникации?

Второй блок вопросов: каким образом происходит цифровая самоидентификация личности? Каковы последствия этого процесса для реальной и виртуальной (конвергентной) жизни индивида?

Третий блок вопросов: что такое цифровой профиль? Кто провайдер цифрового профиля? В чем заключаются новые возможности и риски использования цифровых профилей?

До сих пор понятие «цифровая идентичность» не определено. Чтобы его сформулировать нужно серьезное исследование сущности этого феномена [11; 13].

В данной статье под цифровой идентичностью будет пониматься процесс создания индивидом своей цифровой проекции (следа) в сети, который включает в себя весь комплекс данных о человеке в Интернете.

В философской литературе сделаны попытки осмысления особенностей цифровой идентичности. Отмечается, что формирование идентичности в условиях сетевой коммуникации представляет собой сложный и динамичный процесс развития многих «Я», который предполагает практически непрерывную самопрезентацию человека во всем многообразии ролей в повседневной жизни. В связи с этим А.В. Конева ввела термин «подиумное сознание» [8. С. 57]. Речь идет о способе репрезентации идентичности: постоянной демонстрации себя и своей жизни в сети.

Формирование идентичности личности в сетевом пространстве происходит в условиях размытости границ общения, когда человек одновременно контактирует со множеством людей и смыслов (социальные сети, e-mail, youtube, онлайн-игры и т. д.) [9; 14].

Еще одной важной стратегией формирования цифровой идентичности является «проектность». Формирование идентичности рассматривается как проект или серия проектов, которые реализует личность, продвигая таким образом себя, свой личный бренд в разных видах и формах деятельности. В этом плане цифровая идентичность обладает всеми ключевыми характеристиками проекта: цель, ориентация на результат, процесс его достижения, определение условий реализации, развернутость во времени, востребованность у целевой аудитории.

«Проектная идентичность стремится превратить себя в бренд, и к ней оказываются вполне применимыми законы маркетинга – человек формирует востребованность, он должен “продвигать” свой проект, что подразумевает и выбор жизненной стратегии, формирование, позиционирование и продвижение определенного имиджа и репутации» [6. С. 18].

Интересна динамика изменения сетевой самоидентификации во времени. Если 20–25 лет назад человек создавал в сети личность с заданными характеристиками для определенных целей, то сегодня каждый из нас творит (проектирует) самого себя в конвергентной среде, каждый становится архитектором, конструктором своей личности, формирует свой личный бренд. Это определяет новый спектр задач для системы образования [3; 4]. Однако педагогические, психологические, этические, культурные аспекты данного явления пока еще мало изучены, нет конкретных рекомендаций по организации и управлению этими процессами.

Далее остановимся на том, каким образом происходит накопление цифрового следа, как идентифицируется личность в цифровой среде, каковы последствия этого процесса для реальной и виртуальной жизни индивида.

Нравится нам это или нет, но уже сейчас многие коммерческие структуры склонны доверять в большей степени информации, которая есть о нас в сети, нежели тому, что мы о себе рассказываем. Например, при подаче заявки на кредит кредитная история будет рассматриваться как более надежный ар-

гумент при принятии решения о выдаче нам кредита, чем анкета, которую мы предоставили.

Наш цифровой след условно состоит из трех слоев. Первый слой составляют те данные, которые мы размещаем о себе и можем контролировать, управлять ими. Это данные, которые мы загружаем в социальные сети и мобильные приложения: информация нашего профиля в социальных сетях (Facebook, «ВКонтакте» и т. д.), наши публичные и личные сообщения, поисковые запросы, загруженные фотографии, тесты и опросы, в которых мы приняли участие, веб-сайты, которые мы посетили, и другие результаты сознательных взаимодействий в сети.

Мы решаем, какими фотографиями хотим поделиться, а какие должны оставаться частными. Мы принимаем или отклоняем приглашения, теги управления и дважды думаем, прежде чем опубликовать сообщение или комментарий. Мы критичны и избирательны в отношении контента, который нам нравится или которым мы делимся.

Проблема заключается в том, что данные, с которыми мы взаимодействием осознанно, – это только верхушка айсберга. Мы не видим остальное, что скрыто под водой дружественных интерфейсов мобильных приложений и онлайн-сервисов. Самые ценные данные о нас попадают в сеть вне нашего контроля и без нашего согласия. Именно эти более глубокие слои, которые мы не можем контролировать, определяют наше цифровое «Я» влияют на принятие решений о нас.

Второй слой состоит из информации о нашем поведении в сети. Это не столько выбор, который мы сознательно делаем, сколько метаданные, которые дают контекст для этих выборов. Они содержат информацию, которой мы, вероятно, не всегда хотим делиться со всеми, например, о нашем местоположении в реальном времени (глядя на траектории местоположения, которые показывают устройства, технологические компании могут многое рассказать о том, с кем и где мы проводим время).

Также отслеживаются контент, который мы просмотрели, время, которое мы потратили на его чтение, динамика нажатия клавиш, скорость набора текста и движения пальцев на экране. Это почва для анализа наших эмоций и выявления психологических особенностей: характера, темперамента, склонностей, установок.

Третий слой состоит из интерпретаций первого и второго. Наши данные анализируются различными алгоритмами и сравниваются с данными других пользователей для выявления значимых статистических корреляций. На этом слое формулируются выводы не столько о том, что мы делаем, сколько о том, кто мы такие. Задача этих алгоритмов – угадать то, что мы вряд ли добровольно раскроем. Это наши слабости, психометрический профиль, уровень IQ, семейная ситуация, зависимости, болезни, намерения, наши маленькие навязчивые идеи (например, игры) и наши серьезные обязательства (например, бизнес-проекты).

Результаты подобного анализа, к примеру, очень ценны для рекламодателей. Поскольку реклама призвана создавать потребности и побуждать нас

принимать решения, которые мы еще не приняли, маркетологи будут пытаться использовать наши подсознательные механизмы и автоматические реакции. Они собирают данные о нашем поведении и используют алгоритмы для поиска значимых корреляций в этом хаосе.

Уже сейчас некоторые важные решения банков, страховщиков, работодателей принимаются на основе анализа больших данных алгоритмами, а не людьми, и человек не в состоянии повлиять, тем более управлять этой информацией о себе. При этом в рекламной индустрии существует убеждение, что большие данные не лгут – что статистические корреляции говорят «правду» о людях, их поведении и мотивациях. Но так ли это? Наш цифровой двойник может выглядеть эмоционально неустойчивым и не заслуживающим доверия из-за способа набора нами поисковых запросов. Это может совсем не совпадать с реальной жизнью, но искусственный интеллект будет относиться к нам именно так, как позиционирует себя наш цифровой двойник.

Игроки рынка не заботятся о нас – их волнуют цифры и достижение собственных целей. Алгоритмы принимают решения на основе статистических корреляций. Если вы нетипичный человек, проявляющий необычные характеристики, есть шанс, что алгоритм неправильно истолкует ваше поведение. Это может послужить причиной ошибки в отношении вас: вам не дадут кредит, не примут на работу, не оформят визу. Пока общие статистические корреляции остаются верными, никто не захочет пересматривать один конкретный вывод.

Мы уже видим, как это происходит в Китае. В рамках системы социального рейтинга каждый гражданин ранжируется по профессиональным и личным взаимодействиям, онлайн-активности и публичным выступлениям. Не оплатил парковочный талон? Искал запрещенные темы в Интернете? Значит, не сможешь купить билет на самолет или отправить своих детей в хорошую школу. Системы подсчета очков на Западе точно так же слепо доверяет большим данным, игнорируя специфику и уникальность отдельных случаев.

**Результаты и обсуждение.** В условиях зарождающейся цифровой экономики в Российской Федерации, которая предполагает повсеместное использование big data, как и во всем мире остро стоит проблема контроля над формированием цифровой идентичности гражданина [7].

Начиная с самого раннего возраста, у ребенка надо целенаправленно развивать навыки формирования цифровой идентичности [5; 10]. Мы можем принять меры, чтобы контролировать первый уровень нашей идентичности. Даже если мы импульсивно и спонтанно делимся некоторыми данными, у нас есть инструменты для управления этим процессом. Мы можем не публиковать обновления статуса или страницы. Мы можем не использовать системы обмена сообщениями, встроенные в платформы социальных сетей. Мы можем шифровать нашу личную связь, выбирая определенные приложения для обмена сообщениями и блокируя сценарии отслеживания. Мы даже можем отключить метаданные, хранящиеся на наших фотографиях, изменив настройки по умолчанию на наших телефонах и убедившись, что они не имеют доступа к нашим местоположениям.



Но даже если мы все это сделаем, мы не сможем контролировать то, что наблюдается и интерпретируется алгоритмами. Второй и третий слои нашей цифровой идентичности будут по-прежнему генерироваться машинами.

Единственный способ восстановить полный контроль над нашей цифровой проекцией (следом) – это сделать все данные о пользователе открытыми для него. Европейское законодательство уже требует от компаний, которые занимаются отслеживанием и профилированием, сделать эти процессы более прозрачными для пользователя. Общий регламент по защите данных (General Data Protection Regulation, GDPR), который вступил в силу в мае 2018 года, дает европейским пользователям право проверять свои данные, включая маркетинговые профили, созданные брокерами данных, интернет-платформами или онлайн-СМИ. Хотя компании все еще могут защищать свои коды и алгоритмы как бизнес-секреты, они больше не могут скрывать личные данные, которые они генерируют, от своих пользователей [15; 16].

GDPR и его логика являются хорошей отправной точкой для диалога между всеми участниками рынка. Пока мы, пользователи, относимся к брокерам данных и маркетологам как к врагам, а они относятся к нам как к эксплуатируемому ресурсу, нет места для открытого разговора. В Российской Федерации, где рынок больших данных только формируется, есть все шансы учесть международный опыт и начать внедрять модели маркетинга данных, которые основаны на доверии и прозрачности, что даст конкурентные преимущества компаниям, работающим с big data.

Это приобретает особую актуальность в связи с активной разработкой в настоящее время некоторых направлений национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», в частности цифрового профиля. Цифровой профиль – это информационный электронный носитель, в котором будут храниться все данные о гражданине: все виды регистрации где-либо, документы, удостоверения, информация о владении недвижимостью, перемещения по стране и за границей и многое другое. Задача этой платформы – обеспечить через портал госуслуг доступ к данным о гражданине или юридическом лице, содержащимся в других государственных информационных системах.

Инфраструктура цифрового профиля будет содержать сервис, через который граждане смогут давать или отзываться согласие на получение той или иной информации о себе. Юридические лица получают возможность через «единое окно» обмениваться информацией. Это положительно скажется на эффективности бизнес-процессов, сократит издержки, связанные с бумажным документооборотом, а также повысит качество оказания государственных услуг гражданам. Цифровой профиль станет одним из основных компонентов национальной системы управления данными, которая разрабатывается в России с 2012 года.

Сейчас, на этапе разработки и апробации, самое время внимательнейшим образом обсудить те сложности и риски, которые возникнут при создании и использовании цифровых профилей. Для гражданина проблемы при предоставлении информации о себе той или иной организации лежат в разных

плоскостях: как я могу быть уверен, что это та организация, за которую себя выдает? Что именно организация должна знать обо мне? Как я могу знать, что организация не использует информацию обо мне для иных целей? Могу ли управлять своим цифровым профилем?

Наверное, каждый сталкивался с ситуацией, когда различные коммерческие организации (банки, медицинские центры, страховые компании) звонят и навязывают свои услуги, хотя пользователь не предоставлял номер своего телефона этой организации и не давал согласие на получение от нее информации рекламного характера. Базы данных телефонов и электронных адресов стали сегодня товаром на черном рынке данных. Естественно, что в сложившихся условиях пользователь хочет определенных гарантий того, что его цифровой профиль не будет использован в чьих-то корыстных интересах.

Если рассматривать цифровой профиль как часть цифровой идентичности, остро встает вопрос о возможности управления своим цифровым профилем. Какое мнение сложилось обо мне в сети? Могу ли вмешаться в эту ситуацию и изменить ее?

Государство и компании, которые будут использовать данные цифровых профилей, также имеют определенные риски: как они могут быть уверены, что пользователь тот, за кого себя выдает? Могут ли они осуществлять безопасные транзакции с данным пользователем? Как они могут предложить пользователю сервисы, действительно необходимые ему?

Возникают и другие серьезные вопросы: кто провайдер цифрового профиля? Это государственная платформа? Это платформа, созданная бизнесом? (Например, банки создают свои платформы.) Это федеративно-распределенные модели платформ, которые имеют какие-то определенные общие правила формирования цифрового профиля? (Например, платформы Курской или Иркутской областей.) Это решение на основе блокчейн-технологий (децентрализованная сеть или децентрализованный обмен данными)?

Нужно отметить, что некоторые мировые компании в настоящее время успешно развиваются в создании системы цифровых идентификаторов пользователей. Например, Civic предоставляет физическим лицам комплекс сервисов идентификации, в которых пользователи с помощью мобильных устройств или персональных компьютеров проходят идентификацию, получают цифровой идентификатор, а уже при его помощи могут совершать покупки, получать услуги, заключать сделки с другими участниками или юридическими лицами.

Некоммерческий фонд Sorvin разрабатывает стандарты цифровой идентификации и поддерживает сеть Sorvin Network. Для идентификации пользователей используются институты, в которых пользователи идентифицируются в реальной жизни: государственные учреждения, офисы, предприятия. Человек, прошедший процедуру идентификации, получает DID – цифровой идентификатор, с помощью которого он может распоряжаться своими данными в сети после того, как будет пройдена блокчейн-идентификация.

Подобные сервисы есть у IBM и Microsoft, а также у общественных организаций. Например, ООН разрабатывают собственный проект системы

цифровой идентичности для применения его в программе помощи голодающим. Эстония является первой страной в мире, в которой внедрена система цифровой идентификации e-Identity. Цифровая идентификация при помощи специальной карты или мобильного устройства позволяет решать практически любые вопросы с государственными органами.

Опыт применения цифровых профилей порождает новые риски: утеря цифрового идентификатора, высокие затраты, отсутствие массовости таких проектов из-за неразработанности общих стандартов.

**Заключение.** Подводя итог нашим рассуждениям о проблемах цифровой идентичности, цифровой идентификации и цифрового профиля нужно отметить, что это темы для серьезного общественно-профессионального и научного обсуждения. Цифровая идентичность оказывает все более возрастающее влияние на жизнь каждого человека и общества в целом. Учитывая последствия этого влияния, можно с уверенностью заключить, что формирование цифровой идентичности – это вопрос личной, общественной и национальной безопасности. Так же как раньше мы учились читать и писать, так сегодня мы должны учиться формировать свою цифровую идентичность.

### Список литературы

- [1] *Аппельганц А.В., Пятакова О.И.* Что такое цифровая идентичность // Социально-экономические и правовые системы стран евразийской экономической интеграции: материалы Международной научно-практической конференции. Омск: Сибирский институт бизнеса и информационных технологий. 2019. С. 463–466.
- [2] *Арпентьева М.Р.* Медиатизация жизни и цифровое кочевничество: типы цифрового кочевничества и их идентичность // Медиационные исследования. 2017. № 4–1. С. 5–16.
- [3] *Григорьев С.Г., Гриншкун В.В., Реморенко И.М.* «Умная аудитория»: от интеграции технологий к интеграции принципов // Информатика и образование. 2013. № 10. С. 3–8.
- [4] *Гриншкун В.В., Реморенко И.М.* Фронтиры «Московской электронной школы» // Информатика и образование. 2017. № 7 (286). С. 3–8.
- [5] *Данилюк А.Я., Кондаков А.М.* Воспитание и социализация младших школьников // Педагогика. 2016. № 5. С. 2.
- [6] *Кадырова С.В., Немцева Е.А., Тульчинский Г.Л.* Селфменеджмент. СПб.: Питер, 2013. 238 с.
- [7] *Кондаков А.М., Вавилова А.А., Григорьев С.Г., Гриншкун В.В., Дронов В.П. и др.* Концепция совершенствования (модернизации) единой информационной образовательной среды, обеспечивающей реализацию национальных стратегий развития Российской Федерации // Педагогика. 2018. № 4. С. 98–125.
- [8] *Конева А.В.* «Подиумное сознание» в эпоху культуры различия // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2010. Т. 189. С. 53–58.
- [9] *Конева А.В.* «Цифровая идентичность»: процессы идентификации и репрезентации в сетевой коммуникации // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. 2018. № 1. С. 50–60.
- [10] *Ростовых Д.А., Смольникова И.А., Полянская А.В., Гриншкун В.В., Филатова Н.И. и др.* Подготовка и профессиональная деятельность учителей и преподавателей информатики: компетентностный подход. М., 2010. 212 с.
- [11] *Соловьева Л.Н.* Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи // Общество: философия, история, культура. 2018. № 12. С. 40–43.



- [12] *Сологубова Г.С.* Фундаментальное значение идентичности. Идентичность в цифровом мире. URL: <http://digital-economy.ru/stati/fundamentalnoe-znachenie-identichnosti-identichnost-v-tsifrovom-mire> (дата обращения: 07.04.2019).
- [13] *Шнейдер Л.Б., Сыманюк В.В.* Пользователь в информационной среде: цифровая идентичность сегодня // *Психологические исследования*. 2017. Т. 10. № 52. С. 7.
- [14] *Digital Identity Management // Perspectives on the Technological, Business and Social Implications / ed. by David G.W. Birch.* Aldershot, Hants: Gower, 2007.
- [15] *Lahlou S.* Identity, Social Status, Privacy and Face-Keeping in Digital Society // *Social Sciences Information*. 2008. Vol. 47. No 3. Pp. 299–330.
- [16] *Yang Y., Lewis E., Newmarch J.* Profile-Based Digital Identity Management – a Better Way to Combat Fraud // *Proceedings of 2010 IEEE International Symposium on Technology and Society*, 7–9 June 2010, Wollongong, NSW, Australia. 2010. Pp. 260–267. doi: 10.1109/ISTAS.2010.5514629

### История статьи:

Дата поступления в редакцию: 15 апреля 2019

Дата принятия к печати: 20 мая 2019

### Для цитирования:

*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. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-8631-2019-16-3-207-218>

### Сведения об авторах:

*Кондаков Александр Михайлович*, член-корреспондент РАО, доктор педагогических наук, профессор, научный руководитель Института развития цифрового образования Московского педагогического государственного университета. *Контактная информация:* e-mail: [alex.m.kondakov@gmail.com](mailto:alex.m.kondakov@gmail.com).

*Костылева Анна Андреевна*, кандидат психологических наук, директор Центра педагогического сетевого взаимодействия Института развития цифрового образования Московского педагогического государственного университета. *Контактная информация:* e-mail: [kostyleva\\_anechka@mail.ru](mailto:kostyleva_anechka@mail.ru).

Research article

## Digital identity, digital self-identification, digital profile: problem statement

**Alexander M. Kondakov, Anna A. Kostyleva**

Moscow State Pedagogical University  
64 Usacheva St., Moscow, 119048, Russian Federation

**Problem and goal.** Article is devoted to a research of the problematic issues concerning digital identity, digital self-identification of the personality, a digital profile. Not only scientists of the humanitarian direction, but also experts in the field of public administration, finance, edu-

cation, philosophy and ethics, hi-tech sectors of economy are engaged in search of answers to these questions, because formation of digital identity is a sphere of personal, public, corporate and national security. The purpose of the research described in article is definition on the basis of the analysis of the developed approaches to digitalization of society of possible problems in the field of formation of digital identity of the personality and identification of the main solutions of such problems.

**Methodology.** The analytical research on identification of the questions characterizing the processes of digitalization of society is conducted. The first block of questions: what is digital identity? What its features? How the digital identity in the conditions of network communication is formed? The second block of questions: how there is a digital self-identification of the personality? What consequences of this process for real and virtual (convergent) life of the individual? The third block of questions: what is a digital profile? Who provider of a digital profile? What do new opportunities and risks of use of digital profiles consist in?

**Results.** During the research it is reasoned that in the conditions of the digital economy assuming universal use of big data arrays, the solution of the problem of control over formation of digital identity of the citizen is of particular importance. Since the earliest age, at the person it is necessary to develop skills of formation of digital identity purposefully. The only way to restore complete control over a digital projection of the person is to make all data on the user open for him. Experience of application of the corresponding digital profiles generates the new risks listed in article.

**Conclusion.** Problems of digital identity, digital identification and a digital profile are subjects for serious public and professional and scientific discussion. The digital identity has more and more increasing impact on human life and society. Formation of digital identity is a question of personal, public and national security. The person needs to learn to form the digital identity.

**Key words:** convergent reality; digital identity; digital self-identification; digital profile

## References

- [1] Appelhans A.V., Pyatakova O.I. Chto takoye tsifrovaya identichnost [What is a digital identity]. *Sotsialno-ekonomicheskkiye i pravovyye sistemy stran evraziyskoy ekonomicheskoy integratsii: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Socio-economic and legal systems of the Eurasian economic integration countries: materials of the International scientific and practical conference]. Omsk: Sibirskiy institut biznesa i informatsionnykh tekhnologiy. 2019. Pp. 463–466.
- [2] Arpentyeva M.R. Mediatizatsiya zhizni i tsifrovoye kochevnichestvo: tipy tsifrovogo kochevnichestva i ikh identichnost [Mediatization of life and digital nomadism: types of digital nomadism and identity]. *Mediaissledovaniya* [Media researches]. 2017. No. 4–1. Pp. 5–16.
- [3] Grigoriev S.G., Grinshkun V.V., Remorenko I.M. “Umnaya auditoriya”: ot integratsii tekhnologiy k integratsii printsipov [“Smart audience”: from integration of technologies to integration of principles]. *Informatika i obrazovaniye* [Informatics and education]. 2013. No. 10. Pp. 3–8.
- [4] Grinshkun V.V., Remorenko I.M. Frontiry “Moskovskoy elektronnoy shkoly” [Frontiers of “Moscow electronic school”]. *Informatika i obrazovaniye* [Informatics and education]. 2017. No. 7(286). Pp. 3–8.
- [5] Danyluk A.Y., Kondakov A.M. Vospitaniye i sotsializatsiya mladshikh shkolnikov [Education and socialization of younger students]. *Pedagogika* [Pedagogy]. 2016. No. 5. P. 2.

- [6] Kadyrova S.V., Nemtseva E.A., Tulchinsky G.L. *Selfmenedzhment [Self-Management]*. Saint Petersburg: Peter Publ., 2013. 238 p.
- [7] Kondakov A.M., Vavilova A.A., Grigoriev S.G., Grinshkun V.V., Dronov V.P. i dr. *Kontsepsiya sovershenstvovaniya (modernizatsii) edinoj informatsionnoy obrazovatelnoy sredy, obespechivayushchey realizatsiyu natsionalnykh strategiy razvitiya Rossiyskoy Federatsii [Concept of improvement (modernization) of a unified educational information environment for the implementation of national strategies for the development of the Russian Federation]*. *Pedagogika [Pedagogy]*. 2018. No. 4. Pp. 98–125.
- [8] Koneva A.V. “Podiumnoye soznaniye” v epokhu kultury razlichiya [“Podium consciousness” in the era of culture differences]. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kultury [Proceedings of the Saint Petersburg State Institute of Culture]*. 2010. Vol. 189. Pp. 53–58.
- [9] Koneva A.V. “Tsifrovaya identichnost”: protsessy identifikatsii i reprezentatsii v setevoy kommunikatsii [“Digital identity”: processes of identification and representation in network communication]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A.S. Pushkina [Bulletin of the Leningrad State University named after A.S. Pushkin]*. 2018. No. 1. Pp. 50–60.
- [10] Rostovyykh D.A., Smolnikova I.A., Polyanskaya A.V., Grinshkun V.V., Filatova N.I. i dr. *Podgotovka i professionalnaya deyatel'nost uchiteley i prepodavateley informatiki: kompetentnostnyy podkhod [Training and professional activity of teachers and teachers of informatics: competence approach]*. Moscow, 2010. 212 p.
- [11] Solovieva L.N. Tsifrovaya identichnost kak novyy vid identichnosti cheloveka informatsionnoy epokhi [Digital identity as a new type of human identity of the information age]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kultura [Society: philosophy, history, culture]*. 2018. No. 12. Pp. 40–43.
- [12] Sologubova G.S. *Fundamentalnoye znachenie identichnosti. Identichnost v tsifrovom mire [Fundamental importance of identity. Identity in the digital world]*. <http://digital-economy.ru/stati/fundamentalnoe-znachenie-identichnosti-identichnost-v-tsifrovom-mire> (accessed: 07.04.2019).
- [13] Shneyder L.B., Symanyuk V.V. Polzovatel v informatsionnoy srede: tsifrovaya identichnost segodnya [User in the information environment: digital identity today]. *Psikhologicheskiye issledovaniya [Psychological researches]*. 2017. Vol. 10. No. 52. P. 7.
- [14] Birch D.G.W. (ed.). *Digital Identity Management. Perspectives on the Technological, Business and Social Implications*. Aldershot, Hants: Gower, 2007.
- [15] Lahlou S. Identity, Social Status, Privacy and Face-Keeping in Digital Society. *Social Sciences Information*. 2008. Vol. 47. No. 3. Pp. 299–330.
- [16] Yang Y., Lewis E., Newmarch J. Profile-Based Digital Identity Management – a Better Way to Combat Fraud. *Proceedings of 2010 IEEE International Symposium on Technology and Society, 7–9 June 2010, Wollongong, NSW, Australia*. 2010. Pp. 260–267. doi: 10.1109/ISTAS.2010.5514629

#### Article history:

Received: 15 April 2019

Accepted: 20 May 2019

#### For citation:

Kondakov A.M., Kostyleva A.A. (2019). Digital identity, digital self-identification, digital profile: problem statement. *RUDN Journal of Informatization in Education*, 16(3), 207–218. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-8631-2019-16-3-207-218>

**Bio notes:**

*Alexander M. Kondakov*, corresponding member of Russian Academy of Education, doctor of pedagogical sciences, full professor, scientific director of the Institute of Digital Education Development of Moscow Pedagogical State University. *Contact information:* e-mail: alex.m.kondakov@gmail.com

*Anna A. Kostyleva*, candidate of psychological sciences, director of the center of pedagogical network interaction of the Institute of Digital Education Development of the Moscow Pedagogical State University. *Contact information:* e-mail: kostyleva\_anechka@mail.ru