

Научная статья

УДК 81'37

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.13203>



МЕТАФОРЫ ЦИФРОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Н.В. Чичерина , С.Ю. Стрелкова  

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

 strelkova_sy@spbstu.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу понятия цифровой идентичности и его выражению в английском языке через метафоры, которые являются образным отражением в языке особенностей бытия человека в мире цифровых технологий. Цифровая трансформация современного общества приводит к появлению множественных и мозаичных социально-сетевых идентичностей, часто не совпадающих с идентичностью в реальном мире. Метафора в этом контексте рассматривается как когнитивный инструмент, конструирующий новые значения и облегчающий восприятие цифрового мира. Авторы отмечают, что часть метафор цифровой идентичности уже перешла в разряд основополагающих, практически терминологических метафор виртуального мира, в то время как некоторые метафоры активно развиваются, расширяя и трансформируя свое значение. В основе методологии проведенного исследования лежит адаптированный метод семантического дифференциала, позволяющий построить категориальную структуру семантического пространства цифровой идентичности и соотнести ее с метафорами. В результате проведенной работы метафоры цифровой идентичности подразделяются на 4 категории по семантическому критерию: 1) цифровая среда обитания и цифровые технологии, 2) обитатели цифрового мира, 3) чувства и эмоции в цифровом мире, 4) действия в цифровом мире. Наиболее продуктивными структурными моделями образования метафор во всех семантических категориях являются модель составной метафоры, словосложение, конверсия, аффиксация.

Ключевые слова: цифровая идентичность, метафора, идентификация, самоидентификация, метод семантического дифференциала.

Для цитирования: Чичерина Н.В., Стрелкова С.Ю. Метафоры цифровой идентичности // Terra Linguistica. 2022. Т. 13. № 2. С. 30–38. DOI: 10.18721/JHSS.13203



METAPHORS OF DIGITAL IDENTITY

N.V. Chicherina , S.Yu. Strelkova 

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
St. Petersburg, Russian Federation

✉ strelkova_sy@spbstu.ru

Abstract. The article analyzes the notion of digital identity and its reflection in English with the help of metaphors as a mirror of real life in the world of digital technologies. Digital transformation of modern society leads to emergence of multiple and mosaic social net identities that rarely coincide with identities in the real world. Metaphor is treated as a cognitive tool, which constructs new meanings and makes perception of the digital world easier. The authors underline the fact that some metaphors of digital identity have practically become fundamental terms while others develop dynamically, transform and expand their meaning. The basic research method is an adapted method of semantic differential, which allows building the categorical structure of the semantic space of digital identity, correlating it with metaphors. As a result of the given research, metaphors of digital identity are classified into 4 semantic categories: 1) digital habitus and digital technologies, 2) digital residents, 3) feelings and emotions in the digital world, 4) actions in the digital world. The most productive structural patterns of metaphor creation are composite metaphors, compounding, blending, conversion, and affixation.

Keywords: digital identity, metaphor, identification, self-identification, method of semantic differential.

Citation: V.E. Chicherina, S.Yu. Strelkova, Metaphors of digital identity, *Terra Linguistica*, 13 (2) (2022) 30–38. DOI: 10.18721/JHSS.13203

Введение

Проблемность поля цифровой идентичности обусловлена, с одной стороны, стремительным освоением цифрового мира различными поколениями пользователей Интернета и электронными устройствами, с другой — пристальным вниманием различных наук, которые с разных точек зрения исследуют вопросы адаптации человека в цифровом мире. При этом все исследователи отмечают кардинальные изменения, которые происходят в нашем мире из-за процессов цифровизации, охватывающих все сферы нашей жизни. Метафорично подчеркивается переход от галактики Гутенберга к галактике Цукерберга, в которой человек заявляет о своем присутствии в сетевом пространстве лайками, постами, перепостами, комментариями и действиями, от книжной библиотеки к Facebook — виртуальной книге [5, с. 20]. Современная информационная культура порождает новые потребности, например, потребность быть замеченным, видимым, оцененным, что позволяет исследователям говорить о «подиумном сознании» как господствующем типе общественного сознания [7, с. 216].

Любые изменения в жизни человечества мгновенно отражаются в языке, порождая новые языковые единицы. Но не всегда возможно быстро и точно передать новые понятия с помощью отдельных слов. Тогда на помощь человеку приходят образные языковые средства, в частности, метафоры. Исследование метафор цифровой идентичности значимо в первую очередь из-за того, что этот тип номинации является одним из способов формирования языковой картины мира современного человека и помогает выявить концептуальные модели восприятия и репрезентации.

Целью данной статьи является рассмотрение метафор цифровой идентичности как отражения особенностей бытия человека в мире цифровых технологий, а также представление классификации метафор цифровой идентичности по семантическому критерию.



Цифровая идентичность

Вопросы цифровой идентичности привлекают внимание исследователей различных наук: философии, психологии, культурологии, социологии, политологии, лингвистики, государственного управления, маркетинга, права, этики и др.

В современной психологии цифровая идентичность рассматривается как «совокупное осознание и переживание своей компетентности, тождественности и уникальности в мире цифровых технологий, включающее ценностное отношение к себе, другим людям, информации и интернету в целом, характеризующееся целенаправленностью действия и умением полноценно решать задачи при помощи цифровых технологий, сопровождающееся формированием новых смыслов деятельности» [10, с. 3/14]. Активно исследуется цифровая идентичность подростков и их восприятие цифрового пространства [3]; выделяются и рассматриваются различные стили идентичности – информационный, нормативный, диффузный [2].

Цифровую идентичность определяют и как «процесс создания индивидом своей цифровой проекции (следа) в сети, который включает в себя весь комплекс данных о человеке в Интернете» [4, с. 208]. Исследователи полагают, что цифровой след состоит из трех слоев: данные, которые мы размещаем о себе, информация о нашем поведении в сети и интерпретация первых двух слоев [4, с. 210].

Идею конструирования цифровой идентичности с позиции социальных наук развивают А.В. Конева и А.А. Лисенкова, говоря о том, что «идентичность становится все более и более интерактивной, она опирается на признание других (и не обязательно «равных», ибо зачастую это анонимные другие) и конструируется «под взглядом» и в расчете опираясь на этот взгляд» [8, с. 21–22]. Подчеркивается, что «идентичность личности становится достоянием всех, кластеризуется по различным признакам и становится реальной в фрейме новых технологий» [8, с. 26]. При этом, исследователи полагают, что можно вести речь не о жесткой иерархии, а о существовании матрицы идентичности цифровой эпохи, единой омниканальной системе и мозаичности сетевых структур.

А.Г. Асмолов связывает понятие цифровой идентичности с развитием Интернета как инновации стремительного перехода к новому образу жизни – социальному ароморфозу [1, с. 17]. Он исходит из понимания Интернета как генеративной системы, в которой «наряду с сетевой множественностью одного индивида в виртуальных сообществах имеет место синтез разных сторон разных личностей», на основе чего возникают «новые типы социально-сетевых идентичностей» [1, с. 19]. Он также утверждает, что «Интернет – это полигон социального воображения, где происходит деконструкция существующих социальных и нормативных шаблонов» [1, с. 20].

А.В. Конева указывает, что идентичность цифровой эпохи является множественной и расфокусированной, поскольку в сетевой коммуникации, как правило, имеется несколько фокусов контакта. Для нее характерны низкий уровень ответственности, слабость связей, диффузное доверие, поверхностное внимание, включенность в активный и постоянный шумовой поток информации и иных коммуникаций [6, с. 54–55].

Изучая процессы формирования цифровой идентичности в социальных сетях, китайские исследователи опираются на концепт социальной самоидентификации и утверждают, что пользователи социальных сетей идентифицируют себя на двух уровнях: на уровне коллективной идентификации как члены социальной группы, и на уровне идентичности отношений в контексте межличностной коммуникации [13].

Таким образом, в современном мире пространство Интернета «глубоко интегрируется в повседневность, становится продолжением пространства существования человека в реальности. Это пространство социализации и построения собственной идентичности» [3, с. 138], которое создает большие возможности для самореализации, творчества, самообразования, коммуникации, коммерциализации проектов и многого другого.



Очевидно, что множественные и мозаичные идентичности цифрового мира не могли не найти образного отражения в языке. Вышесказанное подводит нас к вопросу метафорах цифровой идентичности. Их классификация и описание могут быть отражением матрицы идентичности цифровой эпохи и наглядно продемонстрировать множественность социально-сетевых идентичностей и характер их взаимодействия в виртуальных сообществах.

Семантические группы метафор цифровой идентичности

В исследовании метафоры на современном этапе развития лингвистики доминирует когнитивный подход, в котором метафора рассматривается не просто как средство коммуникации, а как когнитивный инструмент, который применяется для понимания одного концепта в терминах внешне непохожего концепта [12]. Метафоры образуют базовые и архетипические паттерны, которые мы используем, чтобы понимать события и принимать решения. Они конструируют значения, которые включают наше понимание обозначаемого, одновременно расширяя его [15]. Они также могут служить «своеобразным маркером в гипертекстовом пространстве, сокращая, сжимая сложное понятие в более простую или удобную для восприятия форму [9, с. 57].

М. Esbri-Blasco, С. Giron-Garcia, M.L. Renau, исследуя семантические фреймы и метафоры в Facebook и Amazon, заключают, что семантические фреймы реальной жизни адаптируются к виртуальным семантическим фреймам, накладываются на них и таким образом облегчают понимание цифровых фреймов [11, с. 151]. S.Wyatt, анализируя метафоры Интернета и цифровых СМИ, приходит к выводу о том, что они не только вызывают определенные чувства, но и показывают нам, как пользователь воспринимает новые реалии цифрового мира [14, с. 407].

В данном исследовании мы будем понимать метафоры цифровой идентичности достаточно широко, подразделяя их с точки зрения семантики не только на группы самоидентификации и идентификации других «обитателей» цифрового мира, но и на метафоры цифровой среды обитания с точки зрения восприятия цифрового пространства и времени. Также важными метафорами для понимания цифровой идентичности являются метафоры чувств и эмоций, которые испытывает человек в сетевом пространстве, и метафоры действий человека в цифровом мире.

При проведении исследования использовался метод простой выборки и адаптированный метод семантического дифференциала. В начале исследования в процессе работы с медиатекстами была осуществлена выборка метафор с разными значениями цифровой идентичности. Вторым этапом исследования было построение категориальной структуры семантического пространства цифровой идентичности с помощью адаптированного метода семантического дифференциала, одного из объективных методов построения субъективных семантических пространств. На следующем этапе было произведена семантическая привязка метафор к категориальной структуре семантического пространства цифровой идентичности. В результате проведенной работы, метафоры цифровой идентичности были разделены на 4 категории по семантическому критерию.

Категория «Цифровая среда обитания и цифровые технологии»

К данной группе можно отнести достаточно большое количество стертых метафор хронотопного типа, отражающих место и время виртуальных событий. В своем большинстве, эти метафоры уже не воспринимаются образными, т.к. они прочно вошли в нашу повседневную жизнь. Это такие метафоры, как *digital world* (цифровой мир), *digital space* (цифровое пространство), *cyber-space* (киберпространство), *digital footprints* (цифровые следы), *Facebook minute* (неопределенное время, проведенное в Фейсбуке или любом Интернет ресурсе), *cloud computing* (облачные вычисления), *firehose* (очень большой поток данных), *sandbox* (безопасная онлайн среда, где можно разрабатывать и создавать новый контент) и др. Большинство из этих метафор можно рассматривать в качестве основополагающих, практически терминологических метафор виртуального мира.



В то же время, вновь появляющиеся метафоры этой группы сохраняют элемент образности. Ср:

*Digital footprints*¹ have wide variety of data which can be of delicate, private, confidential, normal, non-confidential or less priority. There can be many ways how users leave behind their *digital footprints*.

'*Digital Afterlife*' refers to the virtual life originally created by the living human user which is able to create a unique identity in the social media environment or *cyberspace* during life-span of physical existence but all the inputs remain in the *cyberspace* even after the person is deceased as his digital assets.

В приведенном выше примере антропоморфная метафора *digital afterlife* обозначает информацию, которая остается в Интернете после смерти человека. Образность в данном случае возникает путем наделения абстрактного явления свойствами человека. При этом в данном тексте *digital footprints* и *cyberspace* не воспринимаются образными, т.к. речь идет об уже ставших привычными всем понятиях.

Структурно метафоры I группы представляют собой словосочетания по модели «прилагательное + существительное» или являются результатом слияния двух корней, как например, *metaverse* (мета-вселенная), *hotspot* (место, где есть мобильная связь и Интернет), *not-spot* (место, где нет мобильной связи или Интернета):

In a blog post written by Facebook's VP of Reality Labs Andrew Bozworth, and its VP of Global Affairs Nick Clegg, the pair also finally defined its vision of the *metaverse*: a virtual space where people can "hang out with friends, work, play, learn, shop, create and more." [Independent; September, 28, 2021].

Before the pandemic, the Indonesian island had a reputation for welcoming thousands of remote workers to *hotspots* like Canggu, Ubud, and Uluwatu to decorate their co-working spaces and niche cafes with laptops and wireless headphones [Independent; February, 19, 2021].

Ministers are in talks over dealing with so-called rural 'not-spots', where reception on some networks cuts out [Times, Sunday Times, 2014].

Данные примеры демонстрируют свойство лингвистической креативности. Так, метафора *not-spot* появилась в результате преобразования вторичной номинации *hotspot*, антонимической трансформации для обозначения противоположного по своей сути явления. Она может быть отнесена к разряду окказиональных метафор с учетом своего написания через дефис и использования кавычек.

Категория «Обитатели цифрового мира»

Ко второй семантической группе можно отнести, во-первых, названия поколений Интернет-пользователей *digital natives* (цифровые аборигены), *digital immigrants* (цифровые иммигранты), *digital nomads* (цифровые кочевники), *generation Z* (поколение Z), *generation Alpha* (поколение альфа), *igeneration* (поколение Интернета) и др.

Как и метафоры хронотопного типа, они стали общеупотребительными и получили широкое распространение в языке. Некоторые из них стали терминами теории поколений. Хотя в ряде случаев наблюдается развитие первоначального значения:

Experts have estimated that there are millions of people who now consider themselves "*digital nomads*": according to consulting firm Emergent Research, 10.9 million Americans were working remotely in 2020. While "*digital nomad*" once meant somebody who merely worked remotely, the term has evolved to a glamourised, transient lifestyle where the freedom to travel is prioritised above all else [Independent, February, 19, 2021].

Как видно из приведенного выше примера, метафора *digital nomad* в дополнение к семе удаленной работы приобрела коннотации гламурного стиля жизни, в котором свобода передвижения и путешествия являются приоритетными.

¹ Здесь и далее в примерах курсив авторов статьи.



Во-вторых, в эту группу также входит номинация постоянных пользователей Интернета, включающая оценку со стороны окружающих, их идентификацию с определенной группой жителей виртуального мира. Оценочность может быть как нейтральной *netman* (сетевой человек), *screenager* (подросток, который постоянно «зависает» в Интернете), *E-quaintance* – человек, знакомый только по Интернету, с которым ни разу не встречался в реальной жизни, так и положительной *friend* (френд), *follower* (фолловер) или отрицательной *troll* (тролль), *egosurfer* (человек, который проводит время в Интернете в поисках информации о себе).

Оценочные коннотации в значении метафор часто проявляются в контексте. В нижеприведенном примере негативная оценка метафоры *pancake people* (пользователи Интернета, которые много читают на разные темы, не углубляясь в них) эксплицируется за счет использования языковых единиц *warned* и *risk*:

Playwright Richard Foreman made a great observation about this. He *warned* that we *risk* turning in to “*pancake people* – spread wide and thin as we connect with that vast network of information accessed by the mere touch of a button” [Forbes, Oct 27, 2014].

Поскольку виртуальный мир обладает особой притягательностью и еще некой загадочностью для большинства людей, сфера номинации жителей этого мира продолжает динамично развиваться, пополняясь новыми понятиями и новыми метафорами. Например, заголовок статьи The Sunday Times CONFESIONS OF A CYBERCHONDRIAC иллюстрирует недавно появившееся понятие *cyberchondriac* – человек, который ставит себе диагноз после прочтения симптомов в Интернете.

Категория «Чувства и эмоции в цифровом мире»

Метафоры 3 группы отражают чувства и эмоции, которые испытывают жители цифрового мира. Они могут испытывать чувство стыда после веселой вечеринки накануне, после которой человек находит компрометирующие фото в Интернете (*digital hangover*), удовлетворение от отдыха от социальных сетей и Интернета (*digital detox*), чувство ярости и выход из неудачной видео игры (*ragequit*), позиционировать себя счастливым человеком, оставляя только те комментарии и те фото в сети, которые демонстрируют чувство счастья (*Facebook happy*), или приукрашивать себя или элементы своей жизни, чтобы закрутить виртуальный роман (*catfish*).

В этой группе также можно зафиксировать случаи трансформации базовой метафоры. Ср:

Despite the distress it causes, *catfishing* – using a fake online profile to trick victims into sexual contact – is not illegal [Independent, July, 17, 2017].

Essentially a light version of ‘*catfishing*’ – when you pretend to be a totally different person online – kittenfishing can be as simple as using profile photos that are out-of-date or heavily edited [Independent, July, 02, 2017].

В данном примере зооморфная метафора *catfishing* трансформируется по той же самой модели с изменением первого элемента в *kittenfishing* со значением меньшего мошенничества при виртуальном знакомстве, играя на аналогии с размером и возрастом при сопоставлении *cat* – *kitten*. При этом следует подчеркнуть, что первичная номинация *catfish* совсем не связана со значением *кот/кошка*, а обозначает вид рыбы – *сома*.

Категория «Действия в цифровом мире»

К 4 группе можно отнести метафоры, обозначающие действия человека в цифровом мире, например, *canoe* (обсуждение в Твиттере, которое собрало слишком много пользователей, чтобы быть реальным разговором), *cyberstalking* / *cyberbullying* (процесс виртуального преследования или мониторинга), *cyberslacking* – использование Интернета сотрудниками фирмы в служебное время для своего развлечения, *phone-yawn* (ситуация, когда один человек достает мобильный телефон, например, посмотреть время, и окружающие его люди следуют его «заразному» примеру и тоже



достаюТ свои мобильные), *to unplug* (воздержаться от использования цифровых или электронных устройств на какое-то время), *to follow* (подписаться на чтение постов в социальных сетях), *to ping* (отправить кому-либо короткое электронное текстовое сообщение с акустическим импульсным сигналом) и др.

Особую подгруппу образуют простые глаголы, которые получают образность благодаря сравнению с действиями в реальной жизни. Так, глагол *to bump* (столкнуться с препятствием или помехой) приобретает метафоричность при обозначении действия в цифровой среде «передвинуть онлайн пост наверх в обсуждении, добавив новый комментарий». Или глагол *to block* (блокировать путь или дорогу, чтобы люди не смогли пройти или проехать) в цифровом мире приобретает значение «не допускать контакта в социальных сетях и просмотра своего профиля».

Метафоры этой группы могут также образовываться с помощью конверсии и префиксации. Так, например, существительное *friend* переходит в разряд глаголов *to friend* (добавить кого-либо в список контактов в социальных сетях), который в свою очередь с помощью отрицательной приставки *un-* образует глагол *to unfriend* (удалять из списка контактов в социальных сетях):

The Australian prime minister, Scott Morrison, has lashed out at Facebook for trying to “*unfriend*” his country with an unexpected ban on news [Independent, February, 19, 2021].

Приведенный пример показывает, что лишать доступа к информации можно не только отдельных пользователей Интернета, но и целые страны. Кроме того, можно отметить и изменение в самом концепте «дружбы», который уже не строится на обязательном знакомстве в реальной жизни. Более того, в реальной жизни концепт «друг» не предполагает родственных отношений, в то время как в цифровом мире мы часто добавляем родственников в «друзья».

Заключение

Проведенное исследование позволяет утверждать, что метафоры цифровой идентичности отражают восприятие пространства и времени, позволяют нам идентифицировать группы жителей цифрового мира, выражая свое отношение к ним, показывают чувства и эмоции, возможные в цифровом мире, номинируют возможные действия.

Часть метафор цифровой идентичности уже перешла в разряд основополагающих, практически терминологических метафор виртуального мира. С другой стороны, следует отметить динамичность в развитии значений метафор цифровой идентичности, их расширение.

Наиболее продуктивными структурными моделями образования метафор во всех семантических категориях являются модель составной метафоры, словосложение, конверсия, аффиксация.

В целом можно заключить, что исследование метафоры цифровой идентичности вносит вклад в наше представление о цифровом настоящем и о цифровом будущем, показывая с помощью образных средств метафоры формирование новых смыслов цифрового мира.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Асмолов Г.А., Асмолов А.Г. Интернет как генеративное пространство: историко-эволюционная перспектива // Вопросы психологии. 2019. № 4. С. 3–28.
2. Белинская Е.П., Марцинковская Т.Д. Идентичность в транзитивном обществе: виртуальность и реальность // Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека: Сборник научных статей и материалов международной конференции, Коломна, 14–17 февраля 2018 года / Под общей редакцией Р.В. Ершовой. Коломна: Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Государственный социально-гуманитарный университет», 2018. С. 43–48.
3. Голубева Н.А. Особенности цифровой идентичности подростков и молодежи в современном технологическом обществе // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2020. № 1. С. 130–150. DOI: 10.28995/2073-6398-2020-1-130-150



4. **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. DOI: 10.22363/2312-8631-2019-16-3-207-218
5. **Конеv В.А.** Галактика Цукерберга versus галактика Гутенберга // Диагностика современности: глобальные вызовы – индивидуальные ответы. Сборник материалов Всероссийской научной конференции с международным участием / Отв. ред. Ю.А. Разинов. Самарская гуманитарная академия, 2018. С. 16–27.
6. **Конева А.В.** «Цифровая идентичность»: процессы идентификации и репрезентации в сетевой коммуникации / А.В. Конева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2018. № 1. С. 50–61.
7. **Конева А.В., Лисенкова А.А.** «День без селфи прожит зря», или цифровые визуальные стратегии самоидентификации // Вестник Томского государственного университета Культурология и искусствоведение. 2018. № 32. С. 214–228. DOI: 10.17223/22220836/32/21
8. **Конева А.В., Лисенкова А.А.** Матрица идентичности в цифровую эпоху: социальные вызовы преодоления анонимности // Вестник Томского государственного университета Культурология и искусствоведение. 2019. № 35. С. 14–28. DOI: 10.17223/22220836/35/2
9. **Левина В.А.** Новые качества метафоры в современном финансово-экономическом дискурсе // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. № 2 (23). С. 53–58.
10. **Шнейдер Л.Б.** Пользователь в информационной среде: цифровая идентичность сегодня / Л.Б. Шнейдер В.В. Сыманюк // Психологические исследования. 2017. Т. 10. № 52. С. 7–21.
11. **Esbri-Blasco M., Giron-Garcia C., Renau M.L.** Metaphors in the digital world: The case of metaphorical frames in ‘Facebook’ and ‘Amazon’. *Current Approaches to Metaphor Analysis in Discourse*, ed. by I. Navarro i Ferrando. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. 39 (2019). DOI: 10.1515/9783110629460
12. **Landau M.J., Oyserman D., Keefer L.A., Smith G.C.** The College Journey and Academic Engagement: How Metaphor Use Enhances Identity-Based Motivation, *Journal of Personality and Social Psychology*. 106 (5) (2014) 679–698. DOI: 10.1037/a0036414
13. **Pan Z., Lu Y., Wang B., Chau P.Y.K.** Who Do You Think You Are? Common and Differential Effects of Social Self-Identity on Social Media Usage, *Journal of Management Information Systems*. 34 (1) (2017) 71–101. DOI: 10.1080/07421222.2017.1296747
14. **Wyatt S.** Metaphors in critical Internet and digital media studies, *New Media & Society*. 23 (2) (2021) 406–416. DOI: 10.1177/1461444820929324
15. **Zhu J., Zhu G.** Understanding student teachers’ professional identity transformation through metaphor: an international perspective, *Journal of Education for Teaching*. 44 (2018) 500–504. DOI: 10.1080/02607476.2018.1450819

REFERENCES

- [1] **G.A. Asmolov, A.G. Asmolov**, The Internet as a Generative Space: Historical-Evolutional Perspective, *Voprosy psikhologii*. 4 (2019) 3–28.
- [2] **Ye.P. Belinskaya, T.D. Martsinkovskaya**, Identichnost v tranzitivnom obshchestve: virtualnost i realnost [Identity in a transitive society: virtuality and reality], *Digital society as a cultural and historical context of human development: Collection of scientific articles and materials of the international conference, Kolomna, February 14-17, 2018* editorship of R.V. Ershova. Kolomna: State Educational Institution of Higher Education of the Moscow region “State Social and Humanitarian University”, 2018. pp. 43–48.
- [3] **N.A. Golubeva**, Digital identity features of teenagers and youth in modern technological society, *RSUH/RGGU Bulletin. “Psychology. Pedagogics. Education” Series*. 1 (2020) 130–150. DOI: 10.289-95/2073-6398-2020-1-130-150
- [4] **A.M. Kondakov, A.A. Kostyleva**, Digital identity, digital self-identification, digital profile: problem statement, *RUDN Journal of Informatization in Education*. 16 (3) (2019) 207–218. DOI: 10.22363/2312-8631-2019-16-3-207-218
- [5] **V.A. Konev**, Galaktika Tsukerberga versus galaktika Gutenberga [The Zuckerberg Galaxy versus Gutenberg galaxy], *Diagnostics of modernity: global challenges – individual answers. Collection of mate-*



rials of the All-Russian Scientific Conference with international participation ed. Yu.A. Razinov. Samara Humanitarian Academy, 2018. Pp. 16–27.

[6] **A.V. Koneva**, “Tsifrovaya identichnost”: protsessy identifikatsii i reprezentatsii v setevoy kommunikatsii [“Digital identity”: identification and representation processes in network communication], Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. 1 (2018) 50–61.

[7] **A.V. Koneva, A.A. Lisenkova**, “A day without a selfie is a wasted day” or digital visual strategies of self-identification, Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History. 32 (2018) 214–228. DOI: 10.17223/22220836/32/21

[8] **A.V. Koneva, A.A. Lisenkova**, Identity matrix in the digital age: social challenges to overcome the anonymity, Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History. 35 (2019) 14–28. DOI: 10.17223/22220836/35/2

[9] **V.A. Levina**, New qualities of a metaphor in a modern financial and economic discourse, Baltic Humanitarian Journal. 7 (2) (23) (2018) 53–58.

[10] **L.B. Shneyder, V.V. Symanyuk**, Polzovatel v informatsionnoy srede: tsifrovaya identichnost segodnya, Psikhologicheskiye issledovaniya. 10 (52) (2017) 7–21.

[11] **M. Esbri-Blasco, C. Giron-Garcia, M.L. Renau**, Metaphors in the digital world: The case of metaphorical frames in ‘Facebook’ and ‘Amazon’. Current Approaches to Metaphor Analysis in Discourse, ed. by I. Navarro i Ferrando. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. 39 (2019). DOI: 10.1515/9783110629460

[12] **M.J. Landau, D. Oyserman, L.A. Keefer, G.C. Smith**, The College Journey and Academic Engagement: How Metaphor Use Enhances Identity-Based Motivation, Journal of Personality and Social Psychology. 106 (5) (2014) 679–698. DOI: 10.1037/a0036414

[13] **Z. Pan, Y. Lu, B. Wang, P.Y.K. Chau**, Who Do You Think You Are? Common and Differential Effects of Social Self-Identity on Social Media Usage, Journal of Management Information Systems. 34 (1) (2017) 71–101. DOI: 10.1080/07421222.2017.1296747

14. **S. Wyatt**, Metaphors in critical Internet and digital media studies, New Media & Society. 23 (2) (2021) 406–416. DOI: 10.1177/1461444820929324

[15] **J. Zhu, G. Zhu**, Understanding student teachers’ professional identity transformation through metaphor: an international perspective, Journal of Education for Teaching. 44 (2018) 500–504. DOI: 10.1080/02607476.2018.1450819

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT AUTHORS

Чичерина Наталья Васильевна

Natalia V. Chicherina

E-mail: chicherina_nv@spbstu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1040-9120>

Стрелкова Светлана Юрьевна

Svetlana Yu. Strelkova

E-mail: strelkova_syu@spbstu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3561-6740>

Поступила: 06.05.2022; Одобрена: 17.06.2022; Принята: 25.06.2022.

Submitted: 06.05.2022; Approved: 17.06.2022; Accepted: 25.06.2022.