
ГЛОБАЛЬНОЕ КИБЕРПРОСТРАНСТВО

ЦИФРОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ГОРИЗОНТЫ НОВОЙ КРЕАТИВНОСТИ*

Волков Ю. Г., Воденко К. В.**

Информационное общество характеризуется глобальным коммуникационно-информационным взаимодействием и формированием виртуальной реальности, глобальной информационной Сети, в которой происходит коммуникационно-информационное взаимодействие множества акторов, что осуществляется на основе цифровых знаний, цифровых компетенций и цифровой культуры. Субъектом освоения цифрового мира является цифровая личность, которой в ее коммуникационно-информационном взаимодействии свойственны коммуникационная цифровая свобода, информационное конструирование виртуальной реальности, креативность в создании информационных контентов, эффективный выбор информационного ресурса, многовариантный и альтернативный подход в решении проблемы. Указанные качества цифровой личности трактуются как новая креативность или креативность цифрового мира.

Ключевые слова: информационное общество, глобальное коммуникативно-информационное взаимодействие, виртуальная реальность, цифровые знания, цифровая культура, цифровая личность, креативность.

* **Для цитирования:** Волков Ю. Г., Воденко К. В. Цифровая личность: горизонты новой креативности // Век глобализации. 2025. № 1. С. 77–85. DOI: 10.30884/vglob/2025.01.06.

For citation: Volkov Yu. G., Vodenko K. V. Digital Person: Horizons of New Creativity // Vek globalizatsii = Age of Globalization. 2025. No. 1. Pp. 77–85. DOI: 10.30884/vglob/2025.01.06 (in Russian).

** Волков Юрий Григорьевич – заслуженный деятель науки РФ, д. ф. н., профессор, научный руководитель Института социологии и регионоведения Южного федерального университета; научный руководитель Южно-Российского филиала ФНИСЦ РАН (г. Ростов-на-Дону). E-mail: ugvolkov@sfedu.ru.

Yuri G. Volkov – Honored Scientist of the Russian Federation, Doctor of Philosophy, Professor, Scientific Director of the Institute of Sociology and Regional Studies of the Southern Federal University; Scientific Director of the South Russian Branch of the Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences. E-mail: ugvolkov@sfedu.ru.

Воденко Константин Викторович – д. ф. н., профессор, заведующий кафедрой «Социальные и гуманитарные науки» Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) имени М. И. Платова; руководитель научно-образовательной школы «Управление социальными процессами в поликультурном регионе» (г. Новочеркасск). E-mail: vodenkok@mail.ru.

Konstantin V. Vodenko – Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Social Sciences and Humanities, South Russian State Polytechnic University (NPI) named after M. I. Platov; Head of the scientific and educational school “Management of Social Processes in a Multicultural Region”. E-mail: vodenkok@mail.ru.

DIGITAL PERSON: HORIZONS OF NEW CREATIVITY

The information society is characterized by global communication and information interaction and the formation of virtual reality, global information network in which there is communication and information interaction between multiple actors, which is carried out on the basis of digital knowledge, digital competencies and digital culture. The subject of the development of the digital world is a digital person, which in its communication and information interaction is characterized by communication digital freedom, information construction of virtual reality, creativity in creating information content, effective choice of an information resource, a multivariate and alternative approach to solving the problem. These qualities of a digital person are interpreted as new creativity or creativity of the digital world.

Keywords: *information society, global communication and information interaction, virtual reality, digital knowledge, digital culture, digital person, creativity.*

Современная эпоха, которая характеризуется становлением и развитием информационного общества, привнесла много принципиально нового во все сферы общественной жизни. Это прежде всего касается проникновения в экономику и политику, культуру и образование, досуг и развлечения инновационных информационных и мультимедийных технологий, что посредством Интернета сделало коммуникационно-информационное взаимодействие глобальным и, что очень важно, массовым явлением [Iiomaki *et al.* 2011]. Само использование ресурсов Интернета для удовлетворения своих информационных потребностей и саморазвития основывается не только на инновационных технологиях, но и на креативном отношении к этим информационным ресурсам, предполагающем целевой поиск информации, выбор информации, ее оценку и использование для решения той или иной социально значимой и лично предпочитаемой цели [Averill 2005]. Поиск, владение, применение информации, ее хранение, преобразование, обмен информацией стали творческим, креативным процессом [Бергер, Лукман 1995]. От степени информированности и креативности операций с информацией стали зависеть уровень квалификации человека, его карьера, его социальный статус, место в социальной иерархии, успешность в жизни. Креативность в информационную эпоху приобретает новые черты и характеристики, и это требует своего осмысления [Социальные... 2013].

Понятие креативности широко обсуждается в литературе, посвященной теоретическим проблемам способностей, творчества, одаренности, эвристики, когнитивистики и критического мышления, в социально-философской, психологической и педагогической литературе, в литературе, обсуждающей вопросы инноваций и модернизации образования, а также в литературе, связанной с искусством, в связи с чем нужно выделить таких отечественных и зарубежных авторов, как Т. Ф. Башина, Т. А. Барышева, Д. Б. Богоявленская, Ю. Г. Волков, В. Н. Дружинин, В. М. Дюков, О. Я. Емельянова, Ю. Г. Козулина, А. А. Метелкина, И. Н. Семенов, Р. Н. Терещенко, И. В. Шершень, Л. И. Шишкина, Дж. Р. Эверилл, М. Боден, Дж. Гилфорд, Э. П. Торрэнс, Р. Флорида.

Обсуждение природы креативности показывает, что это личностная способность, связанная с творчеством, которая характеризуется созданием принципиально новых идей и подходов к решению проблемы, с отходом от традиционных

и устоявшихся схем мыслительной деятельности [Raskin 2006]. Если перечислить то, что включают указанные выше авторы в понятие креативности, то это создание нового, неординарное, оригинальное решение проблем, отказ от стереотипов и шаблонов, гибкость и оригинальность, максимально полное использование эвристических стратегий мышления, творческая интуиция и способность генерировать новые идеи [Башина 2013]. Креативность также связана с осмыслением собственных действий, способствующих определению проблем и трудностей, с нахождением оптимальных и рациональных путей решения проблемы [Takhteyev *et al.* 2012].

Традиционно понимаемая креативность (от английского слова *creativity*, переводимого как «творчество» или «сотворение из ничего»), как нам представляется, не является синонимом творчества. Если творчество базируется на авторском вдохновении, таланте и способностях, то в креативности акцент делается на целевом и даже прагматическом моменте творческой деятельности [Волков 2013]. Творчество – более фундаментальная характеристика создания нового на основе фантазии, воображения и вдохновения. Креативность же можно трактовать как целевую организацию творчества [Barron, Harrington 1981]. И если, как писал классик, творчество, как и гармонию, «алгеброй поверить невозможно», то креативность как технологию творческого процесса представляется возможным и необходимым эксплицировать в точных понятиях.

С понятием креативности связан и глубокий социальный смысл. Так, с точки зрения американского социолога Р. Флориды, люди, обладающие креативностью, формируют «новый общественный класс», главной особенностью которого является креативная деятельность в общественной и культурной жизни, политике, бизнесе, образовании и в других сферах, и именно за ними будущее человечества.

Это делает исследование креативности важной теоретической и практической задачей. Вместе с тем, осознавая важность исследования креативности, мы должны отдавать себе отчет в том, что люди творят и создают новое и генерируют оригинальные идеи в конкретных исторических условиях; они используют те возможности, которые им предоставляет социальный и технологический прогресс [Buch-Hansen 2014]. А это существенно дополняет, если даже не меняет саму природу творческого процесса и природу креативности.

В настоящее время человечество вступило в информационную эпоху. Информатизация, глобальное коммуникационно-информационное взаимодействие, инновационные информационные и мультимедийные технологии и цифровизация как формы проявления и развития информационного общества приводят не только к коренному изменению экономической жизни, заменяя экономику машинного производства на экономику знаний, и проникновению информационных и коммуникационных технологий в производственно-хозяйственную жизнь и личное повседневное пространство каждого человека, но также меняя и человеческий социум, и саму природу человека [Назарчук 2011].

Возникают такие новые устойчивые коммуникационно-информационные образования, как сетевые онлайн-сообщества, которые, являясь выражением нового вида социальности – социальности информационной эпохи, самоорганизуются и самоуправляются. Это связано с их коммуникационно-информационной природой, их мозаичной, децентрализованной, сетевой структурой, а также со специ-

фическими функциями и их глобальным информационным и коммуникационным взаимодействием.

Методологией исследования является системно-деятельный подход, характеризующий креативную деятельность человека информационной эпохи как глобальное, интерактивное и гипертекстовое коммуникационно-информационное взаимодействие, выражающееся в целенаправленном поиске информации, необходимой для удовлетворения информационных потребностей, в получении информации, ее оценке, преобразовании и хранении с целью организационного, рационального и целенаправленного использования информации для оптимального функционирования индивида в сетевом онлайн-социуме (сетевом сообществе) и оптимального существования и функционирования самого сетевого онлайн-сообщества.

Дополнительными подходами, используемыми в работе, являются структурно-функциональный подход, посредством которого изучаются структурно-организационные формы сетевых сообществ, их децентрализованная, трансграничная, ячеисто-мозаичная структура и интенсивность их коммуникационно-информационного, личностного, профессионального, социально-гражданского взаимодействия, выражающего функционирование сетевых сообществ. В частности, структурно-функциональный анализ социальных сетей и сетевых онлайн-сообществ исследуется исходя из размытости границ и структур социальных сетей, обусловленности структуры сетевых сообществ характером информационной связи между ними, функциональными особенностями информационного взаимодействия между ними и конвертацией цифровых компетенций акторов коммуникационно-информационного взаимодействия в информационный и коммуникационный капитал.

Это привлекает для анализа также сетевой, ресурсный и динамический подходы, которые предполагают анализ информационных, персонально-личностных и профессиональных ресурсов акторов сетевых онлайн-сообществ, характеризующих личностное саморазвитие акторов и их самопрезентацию и самопредъявление в виртуальном пространстве [Александров, Киреев 2014].

В работе также используется методология социального конструктивизма, в частности в качестве методологических принципов социального конструктивизма использованы принципы конструктивистской экспликации реальности (социальной, консенсусной и медиареальности), понимание конструкта как модели объяснения реальности, методы институционализации, легитимизации и характеристики информационной среды [Aleahmad *et al.* 2016].

Креативность как способность личности эффективно и целенаправленно организовать творческий процесс связана с внутренними личностными качествами, но во многом обусловлена и условиями внешней среды. Еще Ф. Баррон и Д. Харрингтон отмечали, что креативность – это прежде всего способность личности реагировать на новые идеи, новые подходы, новые возможности, новые ресурсы и новые, в том числе технологические, продукты [Barron 1981].

Таковыми новыми условиями и новыми технологическими продуктами в информационную эпоху являются информационное пространство Интернета, его информационные ресурсы, глобальное коммуникационно-информационное взаи-

модействие, которое изменяет социум, трансформирует его и изменяет самого человека, развивая новые способности, в том числе и способности поиска, оценки и хранения информации, используемой для саморазвития, развития информационного социума и удовлетворения своих информационных потребностей [Семенов 2006]. Эти способности, позволяющие личности эффективно организовать свое информационное бытие, мы и трактуем как новую креативность.

Базисным элементом системы цифровых компонентов новой креативности является цифровая грамотность (*digital competencies*). Под цифровой грамотностью обычно понимается способность человека, пользователя информационных ресурсов Интернета, решать различные задачи в сфере использования коммуникационно-информационных технологий. Цифровая грамотность предполагает умение использовать и создавать соответствующий информационный контент на базе цифровых технологий, обусловленный поиском, оценкой, хранением и преобразованием информации, коммуникационно-информационным обменом информацией и использованием необходимого программного обеспечения [Обучение... 2018].

Цифровая грамотность, кроме основ владения программным обеспечением для организации коммуникационно-информационного взаимодействия, – это также осведомленность в области безопасности данного процесса [Абдрахманова, Ковалева 2017]. Так, цифровая безопасность включает в себя комплекс мероприятий по обеспечению конфиденциальности информации и защиты от несанкционированного вмешательства, что обусловлено использованием лицензионных операционных систем и программного обеспечения, их регулярным обновлением, использованием локального шифрования, системы паролей и установкой антивирусных программ [Рыков 2015].

Следующим этапом формирования цифровой культуры является овладение цифровыми навыками (*digital skills*). Это, как следует из обсуждения данного понятия в исследовательской литературе, сложившиеся способы, схемы и модели поведения, которые основаны на цифровой грамотности [Луман 2007]. Цифровые навыки дают возможность акторам социальных сетей и сетевых онлайн-сообществ взаимодействовать в информационном пространстве, обмениваться цифровым, понимать и интерпретировать различные цифровые послания, творчески удовлетворять свои информационные потребности, креативно самореализовываться в социально-информационном взаимодействии [Терещенко 2013].

Цифровая грамотность и цифровые навыки лежат в основе цифровой компетентности, которая включает в себя способность к цифровому сотрудничеству, выражающуюся в приобщении к цифровой культуре [Емельянова, Шершень 2009]. Цифровые знания и цифровые умения, достигнутые на предыдущих уровнях, на уровне цифровой компетентности могут трактоваться как «цифровые знания в действии», то есть как сложившиеся практики цифрового взаимодействия.

Креативный компонент цифровой грамотности, цифровых навыков и цифровых компетенций заключается прежде всего в том, что человек, освоившийся в цифровом мире как среде удовлетворения своих коммуникационных и информационных потребностей, творчески использует найденную в глобальной Сети информацию, оценивает ее в зависимости от личностных ценностей и приоритетов, интер-

претирует ее в нужном контексте, рационально использует ее для решения определенных задач, для собственного саморазвития и самопрезентации в цифровом мире и создает новые цифровые контенты, удовлетворяющие целеполаганию и интересам своих партнеров по коммуникационно-информационному взаимодействию [Луман, Озирченко 1995]. Новые контенты – это объекты цифрового мира, его виртуальная реальность, и уже в их новизне содержится креативность [Andress 2014].

Новая креативность, креативность человека информационной эпохи, на наш взгляд, выражается многокомпонентными способностями личности, человека информационной эпохи [Машкина 2013]. В основе новой креативности, как нам представляется, лежит прежде всего цифровая культура. Цифровая культура может трактоваться как синтез цифровой грамотности, цифровых навыков и цифровой компетентности. Но она не сводится к их механической сумме, хотя и включает их. Кроме цифровых способностей человека креативно действовать в цифровом мире, цифровая культура – это еще и сам этот мир [Курбатов 2018]. Он включает в себя цифровое пространство, цифровые ресурсы, цифровые инновационные технологии, цифровые объекты и артефакты, мультимедийные формы их проявления [Флорида 2011]. Сюда также включаются мультимедийные цифровые практики, цифровая повседневность, мир цифровых игр, компьютерная графика и анимация, цифровое искусство и многое другое.

Цифровая культура как системное качество является базой для формирования цифровой личности, которой свойственна такая грань новой креативности, как цифровая креативность [Рыков и др. 2016].

Понятие цифровой личности в современной литературе трактуется по-разному. Одна из трактовок – это цифровая гражданская идентификация, цифровой ID, включающий в себя цифровую идентификацию и биометрию. Другая трактовка – это цифровая сетевая идентификация, характеризующая сетевой адрес, личный аккаунт, адрес электронной почты, персональный ник, SMS-логин и пароль. Выше речь шла о цифровых знаниях, навыках и компетенциях, образующих цифровую культуру пользователя [Дюков, Козулина 2010]. Указанные характеристики можно трактовать как ресурсно-пользовательские параметры цифровой личности. О цифровой пользовательской креативности актора-потребителя информационных ресурсов мы уже говорили.

Цифровая личность как социально-философское понятие характеризует не только актора, обладающего цифровыми знаниями и навыками, не только агента сетевого взаимодействия, но и субъекта информационной социальности, который своими действиями креативно формирует цифровое пространство как социальное пространство и тем самым формирует самого себя как субъекта социального действия. В цифровом информационном мире это действия с поиском, выбором, оценкой, форматированием и фрагментированием информации в цифровом виде [Давыдов, Юдина 2014]. Своими действиями цифровая личность продуцирует информационную реальность, которая становится социальной реальностью нового типа – виртуальной реальностью. Ее основными чертами становятся альтернативность, многовариантность, порожденность, информационная актуальность и востребованность, автономность и интерактивность.

Данная реальность, порожденная цифровой личностью, включенная в социальные сети, становится элементом социального взаимодействия, социально-информационной ценностью, социально-информационной потребностью и, соответственно, социально-информационным производством и потреблением [Дружинин 2007]. Это делает креативную деятельность цифровой личности инструментом саморазвития и инструментом развития информационного социума. Соответственно этому цифровые знания, навыки и компетенции из личных способностей трансформируются в цифровой социальный капитал.

Выделим основные черты новой креативности: превращение цифровых знаний, навыков и компетенций в цифровой социальный капитал; цифровая свобода как выражение цифрового доступа и полного электронного участия в делах информационного социума; управление информационными ресурсами; соблюдение цифрового этикета как стандартов поведения в информационном взаимодействии; наличие цифровых прав и обязанностей; цифровая безопасность как меры по обеспечению конфиденциальности и блокированию несанкционированного вмешательства; гипертекстуальность как характеристика расширения объема и содержания информации; мультимедийность как характеристика способов передачи информации посредством комбинирования различных каналов трансляции сообщения – аудиального, визуального, вербального [Барышева, Метелкина 2014].

Креативность цифровой личности напрямую связана с ее коммуникативным бытием, что выражается в способности цифровой личности нестандартно, творчески и эффективно находить новые возможности для решения проблем за счет: свободы коммуникации; коммуникативного выбора нужного варианта из большого количества возможных вариантов; выбора вариантов коммуникативного поведения; гибкости реагирования на изменение коммуникативных ситуаций; неформальности коммуникативного взаимодействия; повышения уровня креативности за счет совместной коммуникативной деятельности и коммуникативного взаимодействия [Сухомлин 2017].

На основе цифровой культуры, выражением чего является цифровая личность, формируется когнитивная культура нового информационного интеллекта цифровой личности (критического мышления) и культура креативного информационного действия (социально-информационное конструирование цифровой личностью самой себя и социально-информационного мира) [Емельянова, Шершень 2009]. На основе когнитивной культуры и культуры информационного действия создаются новые горизонты новой креативности цифровой личности, что определяет предмет дальнейших исследований в данной области [Тимофеева 2015].

Литература

Абдрахманова Г. И., Ковалева Г. Г. Цифровые навыки населения // *Цифровая экономика: экспресс-информация*. 2017. № 1(58). С. 1–4.

Александров Р. О., Киреев В. С. Цифровая компетентность как инструмент в информационном обществе для осуществления контроля и распространения информации [Электронный ресурс] : Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14055> (дата обращения: 25.01.2025).

Барышева Т. А., Метелкина А. А. Эмоциональная креативность: моделирование и диагностика в младшем школьном возрасте // *Герценовские чтения. Начальное образование*. 2014. Т. 5. № 1. С. 356–362.

- Башина Т. Ф. Креативность как основа инновационной педагогической деятельности // Молодой ученый. 2013. № 4. С. 521–525.
- Бергер Т., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М. : Медиум, 1995.
- Волков Ю. Г. Креативность: творчество против имитации. М. : Альфа-М, 2013.
- Давыдов С. А., Юдина А. А. Социальные сети и сетевой подход к анализу социальной структуры // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2014. № 4(22). С. 37–41.
- Дружинин В. Н. Психология общих способностей. 3-е изд. СПб. : Питер, 2007.
- Дюков В. М., Козулина Ю. Г. Теоретические подходы к исследованию креативности // Современные наукоемкие технологии. 2010. № 10. С. 140–144.
- Емельянова О. Я., Шершень И. В. Феномен креативности: природа, содержание и факторы развития // Проблемы развития инновационно-креативной экономики – 2009: Научные статьи участников Первой международной научно-практической конференции. М. : Креативная экономика, 2009. С. 589–615.
- Курбатов В. И. Сетевые онлайн-сообщества: структурно-функциональные и организационные факторы самоуправления // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7. № 2. С. 15–27. DOI: 10.23683/2227-8656.2018.2.1.
- Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб. : Наука, 2007.
- Луман Н., Озирченко Д. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. 1995. № 3. С. 114–124.
- Машкина А. В. Структурно-функциональный анализ социальных сетей Интернета // Наука и школа. 2013. № 4. С. 28–30.
- Назарчук А. В. О сетевых исследованиях в социальных науках // Социологические исследования. 2011. № 1(321). С. 39–51.
- Обучение цифровым навыкам: глобальные вызовы и передовые практики. Аналитический отчет к III Международной конференции «Больше чем обучение: как развивать цифровые навыки» // Корпоративный университет Сбербанка. М. : АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка», 2018.
- Рыков Ю. Г. Сетевое неравенство и структура онлайн-сообществ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т. 18. № 4. С. 144–156.
- Рыков Ю. Г., Кольцова О. Ю., Мейлахс П. А. Структура и функции онлайн-сообществ: сетевая картография ВИЧ-релевантных групп в социальной сети «ВКонтакте» // Социологические исследования. 2016. № 8(388). С. 30–42.
- Семенов И. Н. Взаимодействие интуитивистики и рефлексии в философии и общей психологии творчества Я. А. Пономарева // Психология творчества: школа Я. А. Пономарева / ред.-сост. Д. В. Ушаков. М. : Ин-т психологии РАН, 2006. С. 438–452.
- Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: сб. науч. трудов / отв. ред. Л. Н. Верченков, Д. В. Ефременко, В. И. Тищенко. М. : ИНИОН РАН, 2013.
- Сухомлин В. А. Открытая система ИТ-образования как инструмент формирования цифровых навыков человека // Стратегические приоритеты. 2017. № 1(13). С. 70–81.
- Терещенко Р. Н. Эмоциональная креативность как способность // Психология обучения. 2013. № 3. С. 134–142.

Тимофеева Н. М. Цифровая грамотность как компонент жизненных навыков // Психология, социология и педагогика. 2015. № 7(46). С. 26–27.

Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Классика-XXI, 2011.

Averill J. R. Emotions as Mediators and as Products of Creative Activity // Creativity across Domains: Face of Muse / ed. by J. Kaufman, J. Baer. Mahwah, NY : Erlbaum, 2005. Pp. 225–243.

Aleahmad A., Karisani P., Rahgozar M., Oroumchian F. OLFinder: Finding Opinion Leaders in Online Social Networks // Journal of Information Science. 2016. Vol. 42. Pp. 659–674.

Andress J. The Basics of Information Security: Understanding the Fundamentals of InfoSec in Theory and Practice. N. p. : Syngress, 2014.

Barron F., Harrington D. Creativity, Intelligence and Personality // Annual Review of Psychology. 1981. Vol. 32. Pp. 439–476.

Buch-Hansen H. Social Network Analysis and Critical Realism // Journal for the Theory of Social Behaviour. 2014. No. 44. Pp. 306–325.

Ilomaki L., Lakkala M., Kantosalo A. What is Digital Competence? [Электронный ресурс] : Linked Portal. 2011. Pp. 1–12. URL: <http://linked.eun.org/web/guest/in-depth3> (дата обращения: 25.01.2025).

Raskin J. D. Constructivist Theories // Comprehensive Handbook of Personality and Psychopathology. Vol. 1. Personality and Everyday Functioning / ed. by J. C. Thomas, D. L. Segal. New York, NY : John Wiley, 2006. Pp. 212–229.

Takhteyev Y., Gruzd A., Wellman B. Geography of Twitter Networks // Social Networks. 2012. Vol. 34. No. 1. Pp. 73–81.