

Токарева В. О.,

<https://orcid.org/0000-0002-8409-1477>

*кандидат юридичних наук, доцент кафедри цивільного права
Національного університету «Одеська юридична академія»*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ВІД МНОЖИННОСТІ ДО ЄДИНОЇ АВТЕНТИЧНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

VIRTUAL IDENTITY TRANSFORMATION: FROM PLURALITY TO SINGLE AUTHENTICITY ON THE INTERNET

Статтю присвячено дослідженню розвитку та трансформації уявлень на анонімність та віртуальну ідентичність в мережі Інтернет. Проведено порівняння поглядів на концепцію віртуальної ідентичності яка існувала на початковому етапі розвитку Інтернету у 1970-1980 роки та епохою Web 2.0. у XXI ст. На початковому етапі розвитку Інтернету віртуальна ідентичність характеризувалася анонімністю, множинністю, можливістю вільного вибору, зміни імен та псевдонімів.

Сучасний етап розвитку Інтернету характеризується де-анонімізацією, повною прозорістю, прагненням до формування єдиної автентичної ідентичності, що знаходить своє відображення у просуванні компаніями відповідних технологічних рішень. Кроком на шляху поширення даної тенденції є просування ідей «єдиного акаунту», яке більш централізовано забезпечує компаніям можливість збирати персональні данні та відстежувати поведінку особи в мережі.

Для просування даного тренду такі гіганти як Facebook, Microsoft, Google, Apple використовують тезу про зручності, вчинення будь-яких дій із використанням єдиного акаунту замість створення множинних акаунтів та множинної ідентичності.

Встановлено, що відбувається трансформація уявлень про особу у мережі Інтернет, де на перший план виходить віртуальна ідентичність як проекція фізичної особи. Адже створюється ідентичність яка одночасно співіснує у фізичному та у віртуальному світі. На перший план у цифровому просторі виходить проекція фізичної особи у Інтернеті. Поряд із незаперечними перевагами які несе Інтернет, він також надає особам можливість видавати себе за будь-кого, що дозволяє спілкуватися майже з будь-ким у світі, надіваючи різні маски, визначаючи різні ролі та обираючи різні ідентичності. «Віртуальна ідентичність» перетворюється певною мірою гру, попри не завжди така гра своєї ролі.

Фізичні особи кожного разу використовують віртуальну ідентичність коли авторизуються торговельних платформах, отримують державні та фінансові послуги в Інтернеті, спілкуються у чатах та сайтах. Така віртуальна ідентичність виступає проекцією фізичної особи під час укладення правочинів, участі у аукціонах, та заміною особи в період її відсутності.

Проведення дослідження формування категорії віртуальної ідентичності як проекції фізичної особи в мережі Інтернет здійснено із застосування міждисциплінарного підходу.

Ключові слова: *віртуальна ідентичність, акаунт, фізична особа, правоздатність, цифрове середовище.*

The article is devoted to the study of the development and transformation of ideas on anonymity and virtual identity on the Internet. A comparison of views on the concept of virtual identity from the initial stage of Internet development in the 1970s and 1980s and the Web 2.0 era was made. At the initial stage of the development of the Internet, virtual identity was characterized by anonymity, plurality, free design, change of names and pseudonyms.

The modern stage of Internet development is characterized by de-anonymization, transparency, striving for the formation of a single authentic identity, which is reflected in the companies' promotion of appropriate technological design. A step towards the spread of this trend is the promotion of the idea of a "single account". It provides companies to collect personal data and track a person's online behavior more effectively.

To promote this trend, such giants as Facebook, Microsoft, Google, Apple use the idea of convenience, performing any actions using a single account instead of creating multiple accounts and multiple identities.

It has been established that there is a transformation of ideas about a person on the Internet, where virtual identity comes to the fore as a projection of a physical person. After all, the created identity simultaneously coexists in the physical and virtual worlds. The projection of a physical person on the Internet comes to the fore in the digital space. Along with the

undeniable advantages that the Internet brings, it also gives individuals the ability to pretend to be anyone, allowing them to communicate with almost anyone in the world, wearing different masks, defining different roles and choosing different identities. «Virtual identity» turns into a game to some extent, although not always such a game of its role.

Individuals use a virtual identity every time they log in to trading platforms, receive government and financial services on the Internet, communicate in chats and websites. Such a virtual identity acts as a projection of a physical person during the conclusion of transactions, participation in auctions, and replaces the person during his absence.

The study of the formation of the category of virtual identity as a projection of a natural person on the Internet was carried out using an interdisciplinary approach.

Key words: *virtual identity, digital account, natural person, legal capacity, digital environment.*

Актуальність. Уявлення про Інтернет як про простір безмежних можливостей, де під маскою анонімності може ховатися будь-яка особа, а особиста поведінка жодним чином не контролюється та не фіксується, був поширеним та актуальним в останні роки ХХ ст. Сучасний період розвитку Інтернету характеризується зростанням рівня прозорості, де-анонімізацією, ідентифікацією учасників та поширенням засад єдиної автентичної ідентичності в мережі Інтернет.

Метою статті є дослідження трансформації ідей та поглядів на категорію «віртуальна ідентичність» як проекції фізичної особи в мережі Інтернет із врахуванням підходів на означене питання у філософії, культурології, психології, соціології як існують в українській та іноземній літературі.

Виклад матеріалу. У філософії зазначається, що інформаційно комунікативні технології значною мірою розширили можливості для конструювання особою власного образу, іміджу, біографії, ідентичності. Створена особистість наділяється новими атрибутами та властивостями, які зазвичай, не співпадають із характеристиками фізичної особи у реальному світі, а завдяки комунікації у віртуальному середовищі може складати лише набір символів, що позначають особу, та не мати потреби у фізичному тілі. Плюралізм, фрагментарність, децентрація, поширення симулякрів у сучасному інформаційному суспільстві розмивають, розчиняють ідентичність людини в багатьох аспектах, заганняючи її у нескінченний пошук, набуття та втрату самості. Ф. Джеймісон називає такого суб'єкта який перебуває у стані безперервного пошуку та самоідентифікації – «тілом», або поверхнею, що відображає соціальні та культурні взаємозв'язки, а базова соціальна ідентичність в епоху тотальної комунікації та нестабільності цінностей не може

бути стійкою, вона дрейфує [1, с. 47-48]. За визначенням науковця, віртуальна особа формується як самостійна та може не співпадати із суб'єктом реальних правовідносин.

На думку С.А. Решеніна в Інтернеті створення симулякрів в більшості випадків несе лише характер гри або розваги.

З даним висловлюванням не можна повною мірою погодитися. Як стверджують Богдановіч та Беслей, загальновідомо про можливість створення фіктивної віртуальної ідентичності потенційно у повністю фіктивному середовищі, яке широко застосовується у цифровому контексті. Створення фіктивної віртуальної ідентичності може бути мотивоване засадами конфіденційності, безпеки або розваги. Віртуальна особа може зникнути не залишивши сліду. Концепція такої віртуальної ідентичності суперечить критеріям сталості та фізичної реальності, які очікуються у будь-якому процесі ідентифікації, що пов'язує фізичну особу з низкою цифрових даних. Отже, використання множинних «віртуальних посвідчень» має регулюватися законодавством про фізичну особу [2].

З визначенням Дж. Грума особа або ідентичність поза просторового та позачасового Інтернету не стикається з жодними обмеженнями які властиві реальному світу та така незалежність віртуальної ідентичності виступає як виклик обумовлений розвитком кіберпростору. Почуття свободи від просторових, часових обмежень та заборон які забезпечують незалежність від обов'язкових соціальних норм та правил, спонукає вчиняти дії які б особа не наважилася у реальному житті. Так, людина не може одночасно знаходитися у різних місцях у фізичному світі, але це можливо без обмежень у віртуальному світі. Тому науковці стверджують: що просторова та часова проблема віртуального середовища змінила концептуальні властивості ідентичності, щоб створити нову концепцію

ідентичності яка буде відповідати середовищу Інтернету. Провідна характеристика цієї нової сутності є анонімність [3].

За твердженням В.Н. Мортеза суб'єкти в Інтернеті можуть вчиняти дії без побоювань щодо відповідальності та підзвітності, через те, що особа залишається анонімною в мережі, хоча анонімність може існувати не лише в кіберпросторі, а й у фізичному світі за певних обставин [4]. Якщо люди стануть вільними від механізмів державного контролю, така свобода може сприяти порушенню прав. Відтак, принципової різниці між реальним та віртуальним світом не існує. Лише перепони у ідентифікації порушника обумовлені анонімністю створеної особи у Інтернеті які за його межами у реальному середовищі не виникають у такому контексті. На відміну від фізичного світу, де закон обмежує свободу вибору власних ознак для ідентифікації, ця свобода існує без обмежень та заборон в Інтернеті. Коли особа може вільно презентувати себе та обирати власні характеристики та ознаки [5].

Д.С. Маркавеч висловлює твердження, що в якості властивості цифрової ідентичності яка відрізняє її від фізичної ідентичності, є те, що учасники правовідносин у цифровому середовищі не завжди зобов'язані надавати достовірні дані про себе [6].

Е.Л. Талапіна, навіть, зазначає, що наразі, можна примиритися з тим, що суб'єкт правовідносин в Інтернеті може залишитися не ідентифікованим: технічні засоби ідентифікації можуть дозволити створити юридичну фікцію або презумпцію визначеної особи, але не можуть дозволити остаточно ідентифікувати суб'єкта правовідносин [7, с. 8].

Дана теза на сучасному етапі розвитку Інтернету ставиться під сумнів, у зв'язку переглядом архітектури комп'ютерних систем, істотними змінами у ідеології існування множинності ідентичності та зростаючих проблем анонімності та забезпечення приватності в Інтернеті.

Дійсно початковий етапу цифрових трансформацій 1970 -1990 років провідними рисами ідентичності були: високий ступінь підзвітності та контролю з боку фізичної особи; множинність та «текучість» віртуальної ідентичності. Подібні точки зору спиралися на практичні аспекти технологічної архітектуру

ранніх комп'ютерних мереж, які забезпечували анонімність та експериментальну комунікацію. Можливість вираження особою себе із застосуванням соціальних мереж сприймалося в першу чергу як певний рівень свободи від соціальних та географічних обмежень, стереотипів та помилок минулого.

У своїх дослідження 1980-1990 років один із ведучих спеціалістів в області комп'ютерної комунікації Ш. Теркл розглядав можливість виходу від примусових обов'язків повсякденного життя у пошуках власного «Я». Ш. Теркл описував Інтернет як місце де можна програвати невирішені психологічні конфлікти на новій, «екзотичній сцені», або «опрацьовувати складні особисті драми із використанням нових інструменти кіберсоціальності, для пошуку їх розв'язання. Тобто Ш. Теркл та його сучасники розглядали Інтернет як простір можливостей [8, 9].

Інтернет значний час наділяв осіб правом вільного вибору та зміни масок, зміни ідентичності, псевдонімів під якими особа презентує себе та ідентифікується, що створювало ілюзію анонімності в мережі. Так, у 90 роки популярним був афоризм, що стосувався карикатуру у журналі «Нью-Йоркер»: «В Інтернеті ніхто не знає, що ви собака», яка вже майже забулася. Наразі відношення до анонімності зазнає змін, що обумовлене умовами ідентифікації та автентифікації, зміною у масштабів персональних даних які збираються та обробляються. Сучасні тенденції навпаки зводяться до презентації особи в цифровому просторі [10]. Наразі, більшість правовідносин в мережі Інтернет потребують проходження процедури автентифікації, адже можливість зміни імен або псевдоніму, ставить все більше дискусійних правових питань.

Як зазначає Дж. ван Коксвик, що хоча множинність ідентичності є дотепною та зручною, наразі, процедура використання електронної автентифікації реальної особи стає все дедалі більш суровою [11] Так, у Південній Кореї, гравці мають ввести свої національні ідентифікації норми для участі у онлайн грі [12].

З технічної точки зору, анонімність в мережі завжди була досить примарною, водночас із початком 2000 років та настанням нового етапу розвитку Інтернету який отримав назву

Web 2.0. засади анонімності та множинності ідентичності стали під загрозою через проголошення ідей єдиної автентичної ідентичності та поновної прозорості в мережі. Відтак, слід визнати, що уявлення про Інтернет як простір можливостей де особа може вільно ховатися за різними масками, поведінка осіб не контролюється, засади анонімності втрачають свою актуальність та можна визнати повністю застарілими [8].

Прихильниками ідеалу єдиної автентичної ідентичності та тотальної прозорості, противниками множинної ідентичності виступають авторитетний фахівець та багаторічний редактор видання «Wired» К. Келлі [13], керівник Facebook М. Цукерберг [14], керівник глава Google Е. Шмідт [15].

Як М. Цукерберга заявляв у інтерв'ю у 2009 році: «У нас є єдина ідентичність». Вимогу про єдину ідентичність Цукерберг висуває не лише у своїх виступах а й у нормативних вимогах: «Якщо у вас дві ідентичності – це ознака того, що не вистачає чесності та моральної надійності».

За твердженням Х. ван Дейка власники платформ безпосередньо зацікавлені в нав'язуванні єдиної онлайн-ідентичності задля досягнення максимальної прозорості не лише для того щоб отримати дані про користувачів, але для надання компаніям постачальниками реклами данні про користувачів які відповідають дійсності [16]. З огляду на бізнес інтереси та ідеологію, корпорації прагнуть отримати якомога більше даних користувачів та ставлять мету змінити культурні, соціальні та психологічні засади та звички поведінки людей.

Просування ідей «єдиної ідентичності» знайшло своє відображення у конкретних технологічних рішеннях компаній Facebook, Microsoft, Google, які витратили значні зусилля спонукаючи та безпосередньо змушуючи користувачів використовувати реальні імена в мережі. Кроком на шляху поширення даної тенденції є просування ідей «єдиного аккаунту», яке більш централізовано забезпечує компаніям можливість збирати персональні данні та відстежувати поведінку особи в мережі. Для просування даної ідеї використовується теза зручності, здійснювати будь-які дії використовуючи єдиний аккаунт замість створення мно-

жинних акаунтів (і множинної ідентичності). За статус такого аккаунту конкурують Інтернет гіганти Facebook, Microsoft, Google, Apple (Microsoft долучився до пізніше, однак вельми успішно, використав своє майже монопольне положення на ринку продажів операційних систем настільних пристроїв).

Якщо від початку розголошувати реальне ім'я, адресу, номер телефону в Інтернеті побоювалися, то зі спливом часу за останнє десятиріччя такі дії стали нормою, а поширення смартфонів справило істотний вплив на де-анонімізацію. Адже вчинення більшості дій в мережі вимагає проведення автентифікації та ідентифікації із застосуванням номеру телефону та введенням інших персональних даних [9]. Означене обумовлено поширенням принципу «послуга в обмін на персональні данні» яка використовується у більшості додатків та платформ [17].

Питання множинності ідентичності тісно переплітається із питаннями анонімності в мережі. Як зазначає Р. Рейнольдс, в питаннях переважно пов'язаних із отриманням грошових коштів, особа бажає володіти правами на об'єкти інтелектуальної власності своїх аватарів [18].

Як зазначає Дж. ван Коксвік у решті випадків користувач віртуальної ідентичності у віртуальному середовищі можуть прагнути уникати асоціації з даною віртуальною ідентичністю у фізичному житті. Означене обумовлює популярність анонімної участі у блогах, чатах, та віртуальних світах. В окремих ситуаціях це може бути неприйнятним, коли віртуальна ідентичність вчиняє шкідливі дії які є не схвалюються жертвою [11].

З огляду на зазначене, користувачі здійснюють супротив спробам компаній запровадити єдиний автентичний аккаунт, що проявляється у намаганнях користувачів Facebook розділити коло спілкування на близьких друзів, родичів, просто друзів та інших. Висувається навіть, припущення, що компанія була змушена залишити дану опцію через побоювання втратити популярність серед нового покоління, тобто втратити потенційно нових користувачів та нової монетизації.

За твердженням Г. Терпстра, що наявність декількох облікових записів електронної пошти, є лише одним із способів розділити

структуру життя¹. Більш зрілі люди схильні до фрагментації власного досвіду спілкування у соціальних мережах, оскільки більшість з них зізнаються про наявність двох та більше профілів [19]. Кількість таких профілів зростає по мірі зростання числа соціальних мереж.

Х. ван Дейк дослідив як змінюється на точки зору на засади множинності віртуальної ідентичності та анонімності в Інтернеті. Він стверджує, що Служби соціальних мереж (SNS), такі як Facebook і LinkedIn, природно зацікавлені в тому, щоб користувачі мали єдину та прозору ідентичність, представлену в Інтернеті. Уніфікована ідентифікація дозволяє SNS збирати правдиву інформацію про користувачів, що забезпечує цінну базу даних для рекламодавців, спрямування більш ефективної таргетованої реклами та генерації прибутку.

Х. ван Дейк зазначає, що інтерфейс відіграє важливу, якщо не вирішальну, роль у тому, як користувачі презентують себе у певній соціальній мережі. Вибір презентації, яким чином особа представляє себе, залежить від того хто очікувано одержить ці данні. На думку Х. ван Дейка, зміна технологічної архітектури SNS уособлює боротьбу між користувачами та платформами соціальних мереж за контроль над особистістю користувача. Так, люди у суспільстві грають різні ролі, виступаючи у ролі друзів, членів сім'ї, роботодавці або працівників. науковець підсумовує, що єдиної ідентичності не існує. Відповідно різні соціальні мережі від початку були покликані представити різні ролі особи: у трудових відносинах – LinkedIn, у приватних відносинах – Facebook. Тому, нау-

ковець ставить під сумнів раціональність та ефективності для споживачів використання та презентацію представляти єдиної ідентичності в мережі. Пряме або опосередковане примушення до розголошення персональних даних є утопією абсолютної прозорості, яка обіцяє численні зручності, водночас таке розголошення даних може призводити до збільшення персональних даних які отримують та обробляють витончені алгоритми даних для наступної монетизації компаніями [16].

Аналогічну позицію висловлює Дж. Палфрі та У. Гассер, що, конструювання онлайн-ідентичності, визначено політикою ідентичності – способом вираження, аудиторією яка зацікавлена даною ідентичністю, середовищем та соціально-психологічними чинниками. З огляду на зазначене особа може маніпулювати власним віртуальним образом, змінювати та налаштовувати його відповідно до вподобань віртуальної спільноти, для досягнення взаємності та прийняття в мережі [21, с. 167]. Водночас користувачі залишаються, вільними у розбудові власної ідентичності, схильні до розчарування при виявленні «підміни» в особі візаві.

Висновок. Встановлено, що власники платформ прагнуть зобов'язати користувачів представляти однакові персональні данні та презентувати одну й ту саму особу, уникаючи можливості розділення віртуальних ідентичностей людини на різних платформах, що для них є зручним та ефективним з точки зору таргетування, водночас ставлячи ризики опинення значного обсягу персональних даних у єдиній групі компаній.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Соловьева Л.Н. Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи. *Общество: философия, история, культура*. 2018. № 12 (56). С. 40-43.
2. Bogdanowicz M., Beslay I. Cyber-security and the future of identity', IPTS report, September, 2002 URL: <http://www.jrc.es/home/report/english/articles/vol57/ICT4E576.htm>
3. Groom J. Anonymity and Online Community: Identity Matters. *E-ServerTic Library*. 2006, №. 214.
4. Morteza V. N. Person and Personality in Cyber Space: A legal analysis of virtual identity. *Masaryk University Journal of Law and Technology*. 2016. № 10 (1). P. 1-17.
5. Halperin, Ruth and Backhouse, James (2008) A roadmap for research on identity in the information society. *Identity in the Information Society*, 1 (1). DOI: 10.1007/s12394-008-0004-0
6. Маркавейч Д.С. Теоретико-прикладные проблемы реализации и защиты субъективных прав в контексте инновационного социально-экономического развития общества. Международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора Н. Г. Юркевича. 2018 С. 45-48.
7. Талапина Э.Л. Право и цифровизация: новые вызовы и перспективы. *Журн. рос. права*. 2018. № 2. С. 5- 17
8. Turkle S. Cyberspace and Identity. *Contemporary Sociology*. 1999. Т. 28, № 6. С. 644.

9. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры И741 и образования: монография / О. Н. Астафьева, Л. Б., Зубанова, Н. Б. Кириллова, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова и др.; отв. ред. Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 292 с. С. 108.
10. Супрун Г. Г. Ідентичність індивіда в цифрову епоху соціальних комунікацій. Філософські обрії : Наук.-теорет. журн. / Ін-т філософії імені Г. С. Сковороди НАН України, Полтав. нац. пед. ун-т імені В. Г. Короленка. Вип. 43. Київ; Полтава, 2020. С. 85-94.
11. Jacob van Kokswijk, Legal Aspects of Virtual Identity 2007 International Conference on Cyberworlds
12. Korea Produces Safer Online Registration Guidelines URL: <http://english.chosun.com/w21data/html/news/200610/200610020023.html>
13. Kelly K. The next 5,000 days of the web URL: https://www.ted.com/talks/kevin_kelly_on_the_next_5_000_days_of_the_web
14. Kirkpatrick D. The Facebook Effect: The inside Story of the Company That Is Connecting the World. New York, 2011. P. 199.
15. Google CEO On Privacy (VIDEO): 'If You Have Something You Don't Want Anyone To Know, Maybe You Shouldn't Be Doing It' // Huffington Post: Tech. 2010.
16. Dijk J. van. «You Have One Identity»: Performing the Self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*. 2013. Vol. 35, No 2. P. 200. 199-215 <https://doi.org/10.1177/0163443712468605>
17. Некіт К.Г. Персональні дані та індустріальні дані як об'єкти права власності: оцінка перспектив. Часопис цивільстики. 2020. № 36. С. 57-64.
18. Reynolds R. 'Hands off MY avatar ! Issues with claims of virtual property and identity' URL: <http://www.ren-reynolds.com/downloads/HandsOffMYavatar.html>
19. Terpstra, Glenn Allen, "Self VS. Digital Self " (2016). Graduate Theses and Dissertations. 16027.URL: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/16027>
20. Lenhart, Amanda, Kristen Purcell, Aaron Smith, and Kathryn Zickuhr. *Social Media & Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Publication. Washington, D.C.: Pew Research Center, 2010. Print.
21. Палфри Дж., Гассер У. Дети цифровой эпохи. М., 2011.