

## ■ ■ ■ Политика двойников: проекции реального в современных медиа

**Кириллина Н.В.**

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** Статья является продолжением публикации автора, посвященных «реальной» и «воспринимаемой» идентичности в цифровой среде и посвящена анализу феномена цифровых двойников и alter ego в современных медиа. В исследовании предпринимается попытка осмысления преобразований идентичности, которая в медиапрактиках выходит за пределы простого отражения субъекта и начинает приобретать собственную агентность. В центре внимания находится процесс трансформации цифровой идентичности в самостоятельное существование – автономный образ или цифрового двойника, способного функционировать независимо от своей «реальной» основы. Опора на классическую философию (платоновский эйдос, гегелевское различие «вещи-в-себе» и её представления) позволяет выявить онтологические основания расхождения между субъектом и его цифровыми проекциями. Концепции симулякра Ж. Бодрийера и ризомы Ж. Делеза расширяют рамки анализа, позволяя описать цифровое медиапространство как автономную реальность, где репрезентации не только отражают, но и замещают «реальное». Проведённый анализ показывает, что в современных медиа цифровые проекции личности выходят за рамки репрезентации и начинают функционировать как активные акторы политического / публичного дискурса.

*Ключевые слова:* цифровая идентичность, цифровой двойник, alter ego, медиапространство, медиа, репрезентация, мем, эйдос, симулякр, ризома

*Для цитирования:* Кириллина Н.В. Политика двойников: проекции реального в современных медиа // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 32-41. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-32-41.

*Сведения об авторах:* Кириллина Наталья Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления РАНХиГС. *ORCID:* 0000-0003-3506-7558. *E-mail:* nata.kirillina@gmail.com. *Адрес:* 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 84.

*Статья поступила в редакцию:* 12.08.2025. *Принята к печати:* 20.09.2025.

Определение рабочих гипотез, поиск и отбор релевантных исследований для проведения сравнительного анализа осуществлялось с помощью ChatGPT (OpenAI). Проверка данных, их интерпретация и концептуальный анализ выполнены автором.

Конфликт интересов: Кириллина Наталья Владимировна является заместителем главного редактора журнала «Коммуникология» (выпускающий редактор). Рукопись прошла процедуру рецензирования на общих основаниях без указания авторства.

**Введение.** Современные медиа не ограничиваются функцией отражения реальности, но активно её переопределяют. События, процессы и личности в цифровой среде претерпевают радикальные искажения: они разлагаются на образы, нарративы, мемы, алгоритмические метки. Эти репрезентации второго порядка настолько радикально изменяют исходные содержания, что между событием и его медийным отражением образуется пространство, требующее особого осмысления. С другой стороны, именно это различие, похоже, является определяющим в понимании современных медиа как таковых (см. «система как различие (анализ форм)» у Н. Лумана [Луман 2007: 63-65; 68-69]). Вместе с тем, перечисленные формы не только отражают исходные явления, но и конструируют собственное бытие (см. понятия «информация» – «неинформация» [Луман 2005]). Цифровые аккаунты, аватары, профили становятся неотъемлемой частью социальной идентификации и формируют т.н. «воспринимаемую идентичность» [Кириллина 2023], переживаемую в медиапрактиках.

Возникает феномен цифровых двойников или alter ego – самодостаточных копий, которые начинают жить в медиапространстве собственной жизнью и приобретают собственную агентность. Термин «цифровой двойник» часто используется в технических или инженерных контекстах (digital model / digital twin / digital shadow) и обозначает виртуальную копию произведенного продукта для оценки проектирования и обнаружения возможных проблем [см., например, Grieves 2015; Kritzing et al. 2018; Reid, Rhodes 2016].

В гуманитарных и медиаисследованиях [Roblles-Garillo 2024; Демкин 2024; Мамедов и др. 2025; Мюллер 2025] за этой емкой метафорой закрепилось иное значение. Понятие вводится через определение цифровой личности – как формы присутствия субъекта в киберпространстве, выраженной через совокупность его цифровых атрибутов, действий и следов, которые становятся основанием для идентификации и социальной коммуникации» [Демкин 2024: 516-517]. Цифровой двойник при этом определяется как «виртуальное отражение субъекта, создаваемое из его цифровых следов и образов, которое постепенно приобретает свойства самостоятельного социального актора» [Демкин 2024: 520]. В медиаисследованиях также встречается идея «цифрового двойника» как альтернативного образа субъекта в медиапространстве, который может расходиться с его офлайн-идентичностью [Мамедов и др. 2025]. Понятие «digital alter ego» как обозначение измененной в цифровой среде идентичности получило в медиаисследованиях более широкое распространение [см. Young 2020].

В целом, приведенные описания цифровых двойников и alter ego имеют много общего с характеристиками цифровой идентичности (динамичность, лабильность) [Данилова, Ядов 2024; Платонова 2024], и соотносится с понятиями аскриптивной идентичности (сродни предписанному статусу) [Бауман: 39], нарративной идентичности [Рикер 2008], альтернативной идентичности [Войскунский и др. 2013: 66], виртуальной идентичности [например: Старцев и др. 2018; Рильская, Погорелов 2021].

Обобщая приведенные исследования цифровых двойников и alter ego, можно выделить следующие значимые характеристики: (1) они репрезентируют субъекта лишь частично, но воспринимаются как его «полная» форма; (2) являются маркерами принадлежности к сообществам; (3) могут существовать независимо от носителя; (4) являются производной функционирования современных медиа, алгоритмов и сетевых практик. Так или иначе, неизменным является переосмысление субъектности цифровых авторов и их двойников в их взаимодействиях, опосредованных медиа.

### Теоретическое обоснование

Цифровые проекции личности демонстрируют автономизацию и множественность, которые затрагивают фундаментальные вопросы соотношения сущности и явления, реальности и её репрезентации.

Концептуальные основы понимания различий между реальностью и её отражением восходят к платоновскому учению об эйдосе и гегелевской «вещи-в-себе». Эйдос, как идеальная сущность, существует независимо от чувственного мира, тогда как все явления, доступные восприятию, — лишь его несовершенные проекции. Эти образы никогда не равнозначны самой сущности, они выступают как «тени идей», или *проекции*, неизбежно искажающие исходную форму [Платон изд. 2017, кн. VI–VII].

Аристотель видит различие между материей и формой, которая отражает действительность [Аристотель (изд. 2014)]. Веками позднее в «Феноменологии духа» и «Науке логики» Г. Гегель обсуждает противоречие «вещи-в-себе» и её проявления во внешнем мире [Гегель изд. 2000; 2013]: «вещь-в-себе» – сущность, скрытая от непосредственного восприятия; то, что доступно сознанию – это *явление, образ, представление* вещи «для-нас». При этом вещь раскрывается только в движении её проявлений, в диалектическом процессе перехода от сущности к явлению. Диалектика «в себе» и «для нас» онлайн проявляется в виде искажений идентичности, любое «в себе» обретает цифрового двойника «для нас». Искажения при этом могут быть обусловлены как намерениями субъекта (самопрезентация), так и алгоритмами платформ (модерация, рекомендации). Однако, если в диалектике Гегеля «для-нас» должно вести к раскрытию «в-себе», то в цифровой культуре этот процесс блокируется алгоритмами и практиками самопрезентации. В итоге цифровой двойник – аналогия *представления без вещи*, или даже новая вещь-в-себе, но уже цифрового порядка.

Бинарное противопоставление «вещи» и «образа» находит развитие в философии постмодерна [Бодрийяр 2015; Делез, Гваттари 2008], но не как строгое разграничение, а скорее как размывание границ между ними. Если у Гегеля образ противостоит вещи, а у Бодрийяра симулякр отрывается от реальности, то у Делеза цифровой двойник – это не искажение и не иллюзия, а часть множественного бытия, ризомно расползающегося по медиaprостранству [Делез, Гваттари 2008]. Цифровой двойник здесь мыслится не как утрата «реального»,

а как часть системы (ризомного поля): у субъекта может быть несколько двойников, каждый из которых представляет собой фрагмент идентичности, существующий в сообществах и сетях. Вместо линейной модели «вещь → образ» возникает ризомная сеть становлений, где идентичность распределена и множественна.

## Методология

В соответствии с заявленной целью — выявить политическое измерение феномена цифровых двойников и показать, каким образом они становятся самостоятельными акторами, влияющими на восприятие и интерпретацию политических событий, — методология исследования строится на сочетании концептуального анализа философских категорий и инструментов дискурс-анализа. Базовым методом является концептуально-герменевтический анализ, направленный на интерпретацию категориального аппарата, позволяющего осмыслить цифрового двойника как культурный и социальный феномен. Платоновское различие эйдоса и чувственных проекций рассматривается как архетипический источник различия между сущностью субъекта и его цифровым образом. Дихотомия «вещи-в-себе» и её представления позволяет объяснить автономизацию цифрового alter ego как формы «вещи-для-других». Концепция симулякров Ж. Бодрийера используется для выявления моментов, когда цифровой двойник утрачивает связь с исходной реальностью и начинает существовать как самостоятельный знак. Идея ризомы Ж. Делеза и Ф. Гваттари помогает описать множественность и нелинейность цифровых образов, которые циркулируют в медиапространстве параллельно и без централизованной структуры.

Эмпирической иллюстрацией является сравнительный анализ кейсов, политических / публичных персон, чьи медийные alter ego в последние годы были наиболее упоминаемыми, но при этом весьма далекими от исходной реальности. Материалами послужили научные публикации в рецензируемых изданиях [Ott 2016; Zelinsky 2024; Olesen 2020; Lütkes et al. 2023; Philips 2016]. Их поиск и отбор осуществлялся с применением ChatGPT (OpenAI), проверка и интерпретация выполнены автором.

Приведенный в этих публикациях анализ медиапрактик (заголовки, визуализации, фреймы) позволил выявить закрепление за субъектом определённого alter ego, которое функционировало независимо от исходной личности. Это позволяет продемонстрировать алгоритм исследования, который в дальнейшем может применяться в изучении медиа с применением инструментов медиамониторинга, дискурс- и контент-анализа.

## Результаты исследования

Приведённая ниже таблица не претендует на академическую полноту и репрезентативность. Она носит характер иллюстрации и составлена на основе публикаций в рецензируемых научных журналах, посвящённых анализу образов публичных персон.

Обобщая рассмотренные исследования цифровых двойников и *alter ego*, можно выделить несколько ключевых характеристик:

- фрагментарность: цифровые двойники репрезентируют субъекта лишь частично, но в массовом восприятии нередко принимаются как его «полная» форма;
- маркеры коллективной принадлежности: они выступают знаками включённости или исключённости из сообществ, формируя символические границы «своих» и «чужих»;
- автономность существования: цифровые двойники могут циркулировать и развиваться независимо от носителя, продолжая влиять на дискурс вне зависимости от существования или отсутствия субъекта или его медийной активности;
- все они являются производными медиа и сетевых практик, их существование определяется функционированием медиасистемы.

Так или иначе, во всех случаях прослеживается процесс переосмысления субъектности: цифровые авторы и их двойники включаются во взаимодействия, опосредованные медиа, и именно эти взаимодействия определяют их автономизацию.

**Таблица 1.** Цифровые двойники в политическом и общественном медиадискурсе / Digital twins / alter egos in political and public media discourse

Персона / феномен	Реальность	Цифровой двойник ( <i>alter ego</i> )	Механизмы формирования образа	Автономия образа	Источники
Дональд Трамп	Бизнесмен, президент США	Провокатор, «тролль»	Twitter, мемы, репрайминг в СМИ	Сохраняется после блокировки в Twitter/X	Ott 2016
Илон Маск	Предприниматель, CEO	«Гений», «тролль»	Твиты, ретвиты, мемы, влияние на рынки	Мемы живут независимо: мем-образ «мем-CEO», Doge-эффекты	Zelinsky 2024
Грета Тунберг	Климатическая активистка	«Икона», «угроза»	Визуальные перформансы; фото-репортажи, соцмедиа	Иконические фотографии, мемы → остаётся символом климатического активизма, не смотря на изменение повестки и участие в проукраинских и пропалестинских акциях	Olesen 2020; Lütkes et al. 2023
Pepe the Frog	Персонаж детского комикса	Политический мем	Рекодирование образа на сетевых платформах, интернет-мем	Символы иконографии, используется политическими движениями	Philips 2016

Сопоставление реальной идентичности (биографические данные, публичные выступления, политическая практика) и цифрового двойника (репрезентации в медиа, сетевые интерпретации, мемы) показало наличие значительных расхождений: в ряде случаев именно цифровой образ оказывал решающее влияние на восприятие субъекта и связанных с ним политических контекстов.

**Обсуждение.** Проведенный сравнительный анализ носит характер предварительного концептуального сопоставления и требует дальнейшей проверки в эмпирических исследованиях. Вместе с тем, он позволяет подтвердить предположение о том, что цифровые двойники формируются в медиaprостранстве как автономные образы, чья жизнеспособность не зависит напрямую от активности субъекта. Эти образы циркулируют в мемах, заголовках, визуальных клише и тем самым начинают определять восприятие субъекта и связанных с ним политических событий и процессов.

Такое положение вещей можно описать через обращение к классическим философским категориям. Цифровой двойник (аккаунт, аватар, лента постов, комментарии, цифровой след) – представление, явление субъекта. Цифровых двойников можно трактовать как гегелевское «явление», которое отрывается от своей «сущности» и начинает существовать автономно. Для других пользователей «вещь» существует только в цифровом «для-нас». Но если у Гегеля путь познания ведёт к снятию противоречия между сущностью и явлением, то в медиа, напротив, возникает *различие*: «вещь-в-себе» (реальный субъект) остаётся скрытой, а «представление» (цифровой двойник) приобретает самостоятельное бытие, которое может жить даже после исчезновения субъекта.

Транслируемое в медиа alter ego можно рассматривать и как современный аналог чувственной проекции эйдоса. Подобно тому как у Платона чувственные вещи лишены полноты и достоверности, цифровой двойник в медиасреде оказывается *частичной, фрагментарной, искажённой версией субъекта*. Более того, функционирование этих проекций в медиа наделяет их *самостоятельной динамикой*, которая не только не раскрывает сущность, но и формирует новые символические конструкции (Бодрийяр). Фактически, они перестают быть лишь образом субъекта и становятся самодостаточными единицами – знаками, не нуждающимися в оригинале. Следуя логике Делеза, цифровой двойник является частью *ризомного поля*: у субъекта может быть несколько двойников – *фрагментов идентичности*, существующих в разных сообществах и сетях. Это позволяет уйти в исследовании медиапроцессов от бинарности «вещь – образ» и говорить о множественности, текучести, постоянном становлении цифровой идентичности.

**Выводы.** Анализ философских концепций и последующее сопоставление изначальных предположений с практикой позволяют определять цифровых двойников как самостоятельных субъектов коммуникации. Они способны формировать повестку, задавать символические границы и влиять на интерпретацию политических событий, функционируя относительно независимо от своего своих

прообразов. На этой основе вводится категория «политики двойников» как формы политического взаимодействия, в которой борьба разворачивается прежде всего за контроль над репрезентациями и символическими образами, а не за факты и действия в традиционном понимании.

Философская перспектива позволяет показать, что цифровой двойник представляет собой сложное образование: он может быть осмыслен как платоновская чувственная проекция эйдоса, как гегелевское «явление», оторванное от сущности, как бодрийеровский симулякр, утративший связь с оригиналом, или как множественная ризома в делёзовском понимании. Такая интерпретация раскрывает двойственную природу цифрового alter ego: оно одновременно отражает и конструирует реальность.

Это формирует новый пласт социальной реальности. Копии не сводятся к искажённым образам реальных личностей, а производят собственные порядки значений и символические связи, которые определяют динамику медиапроцессов. Немаловажными факторами при этом выступают алгоритмическая селекция и медиаполяризация, усиливающие расхождение между субъектом и его alter ego. В результате цифровая идентичность превращается в символическую «маску», которая может полностью расходиться с офлайн-прообразом, но продолжать влиять на общественное восприятие и коллективные идентичности.

## Источники

- Аристотель (изд. 2014). *Метафизика*. СПб: Лань.
- Бауман З. (2002). *Индивидуализированное общество* / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос.
- Бауман З. (2008). *Текущая современность*. СПб: Питер.
- Бодрийяр Ж. (2015). *Симулякры и симуляция* / Пер. О.А. Печенкина. Москва: Постум.
- Войскупский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. (2013). Альтернативная идентичность в социальных сетях // *Вестник Московского университета*. Серия 14. № 1. С. 66-83.
- Гегель Г. (изд. 2000). *Феноменология духа*. М.: Наука.
- Гегель Г. (изд. 2013). *Наука логики (1812–1816)*. СПб: Лань.
- Данилова Е.Н., Ядов В.А. (2004). Нестабильная социальная идентичность как норма современных сообществ // *Социологические исследования*. № 10. С. 27-30.
- Делез Ж., Гваттари Ф. (2008). *Тысяча плато: Капитализм и шизофрения* / Пер. С. Н. Зенкина. Екатеринбург: У-Фактория.
- Демкин В.О. (2024). Цифровая личность и цифровой образ человека: характеристика и место понятий в системе смежных категорий // *Вестник РУДН*. Серия: Юридические науки. Т. 28. №3. С. 512-527. DOI: 10.22363/2313-2337-2024-28-3-512-527.
- Кириллина Н.В. (2023). Реальная и воспринимаемая идентичность в цифровой среде // *Коммуникология*. Т. 11. № 2. С. 150-157. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-2-150-157.
- Луман Н. (2005). *Реальность масс-медиа* / пер. с нем. А.Ю. Антоновского. М.: Практикс.
- Луман Н. (2007). *Введение в системную теорию* (под ред. Д. Беккера) / пер. с нем. К. Тимофеева. М.: Логос.
- Мамедов А.К., Смирнова О.В., Денисова Г.В., Сапунова О.В. (2025). Конфликт реальной и цифровой личности участников медиакommunikационного процесса: результаты исследования // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Социология. Т. 25. №2. С. 397-409. DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-2-397-409.

Мюллер А.А. (2025). Трансформация социальных пространств и их метаморфозы в цифровом двойнике медиареальности // Общество: философия, история, культура. № 7(135). С. 54-59. DOI: 10.24158/fik.2025.7.7.

Платон (изд. 2017). Государство (кн. VI–VII). М.: Русайнс.

Платонова С.И. (2024). Идентичность в цифровом обществе: генезис понятия и основные характеристики // *Nomothetika: Философия. Социология. Право.* № 49 (2). С. 357-366. DOI: 10.52575/2712-746X-2024-49-2-357-366.

Рикер П. (2008). Я – сам как другой / пер. с фр. М.: Издательство гуманитарной литературы.

Рыльская Е.А., Погорелов Д.Н. (2021). Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей и реальная идентичность: сравнительные характеристики // Ярославский педагогический вестник. № 1 (118). С. 105-114. DOI: 10.20323/1813-145X-2021-1-118-105-114.

Старцев А.А., Гришанин Н.В., Кириллина Н.В. (2018). Идентичность и идентификация личности в социальных сетях // *Коммуникология.* Т. 6. № 4. С. 76-87.

Grieves M. (2015). Digital twin: Manufacturing excellence through virtual factory replication, accessed at: [https://www.researchgate.net/publication/275211047\\_Digital\\_Twin\\_Manufacturing\\_Excellence\\_through\\_Virtual\\_Factory\\_Replication/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/275211047_Digital_Twin_Manufacturing_Excellence_through_Virtual_Factory_Replication/citation/download).

Kritzinger W., Karner M., Traar G., Henjes J., Sihn W. (2018). Digital twin in manufacturing: a categorical literature review and classification. *IFAC-PapersOnLine.* No. 51(11). P. 1016-1022. DOI: 10.1016/j.ifacol.2018.08.474.

Lütkes L., Tuitjer L., Dirksmeier P. (2023). Sailing to save the planet? Media-produced narratives of Greta Thunberg's trip to the UN Climate Summit in German print newspapers. *Humanities and Social Sciences Communication.* No. 10. Article 242. DOI: 10.1057/s41599-023-01743-6.

Olesen T. (2020). Greta Thunberg's iconicity: Performance and co-performance in the social media ecology. *New Media & Society.* Vol. 24. No. 6. P. 1325-1342. DOI: 10.1177/1461444820975416.

Ott B.L. (2016). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication.* No. 34 (1). P. 59-68. DOI: 10.1080/15295036.2016.1266686.

Philips W. (2016). This Is Why We Can't Have Nice Things Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture. The MIT Press.

Reid J., Rhodes D. (2016). Digital system models: an investigation of the nontechnical challenges and research needs, In: Conference on Systems Engineering Research, Systems Engineering Advancement Research Initiative. Massachusetts Institute of Technology.

Robles-Carrillo M. (2024). Digital identity: an approach to its nature, concept and functionalities. *International Journal of Law and Information Technology.* Vol. 32. DOI: 10.1093/ijlit/eaee019.

Young S. (2020). Your Digital Alter Ego – The Superhero/Villain You (Never) Wanted Transcending Space and Time? *Computers and Composition.* Vol. 55. P. 1-11. DOI: 10.1016/j.compcom.2020.102543.

Zelinsky D. (2024). 'To the moon!': Elon Musk, Dogecoin and the political economy of charismatic leadership. *Journal of Cultural Economy.* DOI: 10.1080/17530350.2024.2302177.

## ■ ■ ■ The Policy of Twins: projections of the real in modern media

**Kirillina N.V.**

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia.

**Abstract.** This article continues the study of 'real' and 'perceived' identity and represents the conceptual analysis of the phenomenon of digital twins and alter egos in contemporary

media. The study attempts to understand the transformations of identity, which in media practices goes beyond a simple reflection of the subject and acquires its own agency. The focus is laid on the process of transforming digital identity into an independent entity –an autonomous image or digital alter ego capable of functioning independently. Drawing on classical philosophy (Platonic eidos, Hegel's approach to the 'thing-in-itself' and its representation) allows to identify the ontological foundations of the discrepancy between the subject and their digital projections. Baudrillard's concepts of simulacrum and Deleuze's rhizome expand the scope of the analysis, allowing us to describe the digital media space as an autonomous reality where representations not only reflect but also replace the 'real'. The analysis demonstrates that in contemporary media, digital projections of personality go beyond representation and begin to function as active actors in political / public discourse.

The development of working hypotheses, search and selection of relevant studies for comparative analysis were conducted using ChatGPT (OpenAI). Data validation, interpretation, and conceptual analysis were accordingly realized by the author.

**Keywords:** digital identity, digital twin, alter ego, media space, media, representation, meme, eidos, simulacrum, rhizome

*For citation:* Kirillina N.V. (2025). The policy of twins: projections of the real in modern media. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 32-41. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-3-32-41.

*Inf. about the author:* Kirillina Natalia Vladimirovna – CandSc (Soc.), executive editor of *Communicology* international scientific journal, associate professor at the department of public relations and media policy, RANEPA. ORCID: 0000-0003-3506-7558. E-mail: nata.kirillina@gmail.com. Address: 119606, Russia, Moscow, Vernadsky ave, 84.

*Received:* 12.08.2025. *Accepted:* 20.09.2025.

## References

- Aristotle (ed. 2014). *Metaphysics*. St. Petersburg: Lan (in Rus.).
- Baudrillard J. (2015). *Simulacra and Simulation* (translated O.A. Pechenkin). Moscow: Postum (in Rus.).
- Bauman Z. (2002). *Individualized Society* (transl. V.L. Inozemtsev). Moscow: Logos (in Rus.).
- Bauman Z. (2008). *Liquid Modernity* (transl.). St. Petersburg: Piter (in Rus.).
- Danilova E.N., Yadov V.A. (2004). Unstable Social Identity as a Norm of Modern Communities. *Sociological Studies*. No. 10. P. 27-30 (in Rus.).
- Deleuze J., Guattari F. (2008). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia* (transl. S.N. Zenkin). Yekaterinburg: U-Factoria (in Rus.).
- Demkin V.O. (2024). Digital Personality and Digital Image of a Person: Characteristics and Place of Concepts in the System of Related Categories. *Bulletin of RUDN University. Series: Legal Sciences*. Vol. 28. No. 3. P. 512-527. DOI: 10.22363/2313-2337-2024-28-3-512-527 (in Rus.).
- Grieves M. (2015). Digital twin: Manufacturing excellence through virtual factory replication, accessed at: [https://www.researchgate.net/publication/275211047\\_Digital\\_Twin\\_Manufacturing\\_Excellence\\_through\\_Virtual\\_Factory\\_Replication/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/275211047_Digital_Twin_Manufacturing_Excellence_through_Virtual_Factory_Replication/citation/download).
- Hegel G. (2000 ed.). *Phenomenology of the Spirit* (transl.). Moscow: Nauka (in Rus.).
- Hegel G. (2013 ed.). *The Science of Logic (1812–1816)*. St. Petersburg: Lan (in Rus.).
- Kirillina N.V. (2023). Real and Perceived Identity in the Digital Environment. *Communicology*. Vol. 11. No. 2. P. 150-157. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-2-150-157 (in Rus.).

Kritzinger W., Karner M., Traar G., Henjes J., Sihn W. (2018). Digital twin in manufacturing: a categorical literature review and classification. *IFAC-PapersOnLine*. No. 51(11). P. 1016-1022. DOI: 10.1016/j.ifacol.2018.08.474.

Luhmann N. (2005). *The Reality of Mass Media* (transl. A.Yu. Antonovsky). Moscow: Praxis (in Rus.).

Luhmann N. (2007). *Introduction to Systems Theory* (ed. by D. Becker; transl. K. Timofeev). Moscow: Logos (in Rus.).

Lütkes L., Tuitjer L., Dirksmeier P. (2023). Sailing to save the planet? Media-produced narratives of Greta Thunberg's trip to the UN Climate Summit in German print newspapers. *Humanities and Social Sciences Communication*. No. 10. Article 242. DOI: 10.1057/s41599-023-01743-6.

Mamedov A.K., Smirnova O.V., Denisova G.V., Sapunova O.V. (2025). Conflict between the Real and Digital Personalities of Participants in the Media Communication Process: Research Results. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 25. No. 2. P. 397-409. DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-2-397-409 (in Rus.).

Muller A.A. (2025). Transformation of Social Spaces and Their Metamorphoses in the Digital Twin of Media Reality. *Society: Philosophy, History, Culture*. No. 7(135). P. 54-59. DOI: 10.24158/fik.2025.7.7 (in Rus.).

Olesen T. (2020). Greta Thunberg's iconicity: Performance and co-performance in the social media ecology. *New Media & Society*. Vol. 24. No. 6. P. 1325-1342. DOI: 10.1177/1461444820975416.

Ott B.L. (2016). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*. No. 34 (1). P. 59-68. DOI: 10.1080/15295036.2016.1266686.

Philips W. (2016). *This Is Why We Can't Have Nice Things Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. The MIT Press.

Plato (ed. 2017). *The Republic (Book VI–VII)*. Moscow: Ruscience (in Rus.).

Platonova S.I. (2024). Identity in a Digital Society: Genesis of the Concept and Main Characteristics. *Nomothetika: Philosophy. Sociology. Law*. No. 49(2). P. 357–366. DOI: 10.52575/2712-746X-2024-49-2-357-366 (in Rus.).

Reid J., Rhodes D. (2016). Digital system models: an investigation of the nontechnical challenges and research needs. In: *Conference on Systems Engineering Research, Systems Engineering Advancement Research Initiative*. Massachusetts Institute of Technology.

Ricoeur P. (2008). *Oneself as another* (transl.). Moscow: Publishing House of Humanitarian Literature (in Rus.).

Robles-Carrillo M. (2024). Digital identity: an approach to its nature, concept and functionalities. *International Journal of Law and Information Technology*. Vol. 32. DOI: 10.1093/ijlit/eaee019.

Rylskaya E.A., Pogorelov D.N. (2021). Personal Identity in the Virtual Space of Social Networks and Real Identity: Comparative Characteristics. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. No. 1 (118). P. 105–114. DOI: 10.20323/1813-145X-2021-1-118-105-114 (in Rus.).

Startsev A.A., Grishanin N.V., Kirillina N.V. (2018). Identity and Personal Identification in Social Networks. *Communicology*. Vol. 6. No. 4. P. 76-87 (in Rus.).

Voiskunsky A.E., Evdokimenko A.S., Fedunina N.Yu. (2013). Alternative Identity in Social Networks. *Bulletin of Moscow University. Series 14*. No. 1. P. 66-83 (in Rus.).

Young S. (2020). Your Digital Alter Ego – The Superhero/Villain You (Never) Wanted Transcending Space and Time? *Computers and Composition*. Vol. 55. P. 1-11. DOI: 10.1016/j.compcom.2020.102543.

Zelinsky D. (2024). 'To the moon!': Elon Musk, Dogecoin and the political economy of charismatic leadership. *Journal of Cultural Economy*. DOI: 10.1080/17530350.2024.2302177.

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (социологические науки)

MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM (sociology)

---