

УДК 130.2

DOI: 10.17223/22220836/35/2

А.В. Конева, А.А. Лисенкова

МАТРИЦА ИДЕНТИЧНОСТИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: СОЦИАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ АНОНИМНОСТИ¹

В статье исследуется влияние тотальной цифровизации на процессы идентификации. Развитие информационно-коммуникационных технологий породило новые форматы социализации, инкультурации и идентификации. Данные изменения стали оказывать влияние на все аспекты жизни общества, трансформируя не только способы и контексты общения и взаимодействия, но и влияя на ценностно-нормативную систему и культуру в целом. Изначально виртуализация повседневных культурных практик и интеракций позволила человеку примерять различные маски и статусы на анонимном полигоне множественности идентичностей, формируя затем возможности персональных автопроектов и виртуальной личности, репрезентованные в сетевом пространстве и присваиваемые впоследствии в реальной жизни.

Ключевые слова: цифровая идентичность, цифровизация, идентичность, виртуализация, матрица, Big Data, социальные коммуникации, репрезентация.

Современная культура, как известно, ставит перед нами множество вызовов, один из них – цифровизация. Техника и технология влекут за собой сдвиг идентификационных процессов, что значительно существеннее изменения форматов коммуникации, которые также модифицируются весьма значительно. Современная информационная или постиндустриальная культура представляет собой пейзаж коммуникации, в котором Сеть стала одним из полей деятельности. В поле Интернет человек конструирует и верифицирует свою идентичность, с одной стороны, а с другой – сами цифровые технологии поставляют новые и новые возможности и средства идентификации себя в социальном и виртуальном пространстве и создают довольно жесткие и однозначные границы самому процессу и факту идентификации. Два этих процесса по сути противонаправлены, и, как нам кажется, их изучение позволяет поставить новые проблемы современной социогуманитарной науке. В данной статье мы фокусируем внимание на тех проблемах и противоречиях, которые сегодня определяют идентификационные модели, исследуем Матрицу идентичности цифровой эпохи и ставим задачей исследовать трансформацию идентификационных моделей и социального контекста идентификации в условиях тотальной цифровизации.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00237).

Идентичность

М о р ф е у с : Моделируй, что угодно: одежду, снаряжение, оружие, любые ситуации – что хочешь, то и получишь.

Н е о : Мы внутри компьютерной программы?

М о р ф е у с : Это кажется невероятным? Твоя одежда изменилась, контакты на голове и руках исчезли, волосы отрасли. Ты видишь себя таким, каким привык видеть. Это ментальная проекция виртуального Я.

Матрица. 1999

Мы будем опираться на определение идентичности, выработанное в рамках теории символического интеракционизма. Если принять рабочее определение идентичности как набора представлений о себе и отождествления себя с социальной группой, участвующей в символическом обмене [1], необходимо выяснить, как изменяется социальный обмен в контексте цифровизации. Очевидно, что процесс самоизменения и самопознания, равно как и процесс самопрезентации в виртуальных сетях, приобретают перманентный характер. Мы можем констатировать изменение параметров идентификационных границ личности, которые становятся все более пластичными, мобильными, гибкими. То, что в фильме «Матрица» братьев Вачовски Морфеус назвал «ментальной проекцией виртуального Я», по сути есть образ идентичности – то, каким человек привык себя воспринимать и видеть. В современных условиях этот образ теряет устойчивость и размывается. При этом непрерывный процесс идентификации заставляет человека обращаться к устойчивым позициям, которые могли бы сделать ясной и определенной его ориентацию в мире. Это касается в первую очередь формирований систем представлений, на основе которых происходит выработка типологий, критериев самоопределения, самопрезентации, коммуникации и паттернов действия различных порядков. Это вопрос работы воображения, идентификационной образности, который приобретает в современности особенное значение. Тогда задачей становится исследование символического обмена с точки зрения социального воображения с целью выяснить подвижность или ригидность границ идентичности.

Метафизически положение человека в мире есть проблема анонимности. Процесс идентификации начинается с исследования – чувствами, ощущениями, разумом – предоставленных внешним окружением моделей и примерки их на себя. Преодоление анонимности нуждается в заполнении «пустоты Вне»: в назывании себя, о-пределении себя, вы-явлении себя, по сути, проблема идентичности есть проблема границ. Выявление или конструирование идентификационных границ или осмысление собственных пределов оказывается возможным лишь в труде осмысления своего внутреннего опыта [2]. Опыт является первичным в жизнеосуществлении человека, только благодаря опыту нечто может быть «наличным для меня», только в опыте происходит осознание события как со-бытия, т.е. как *значимого для меня*. В таком случае идентичность выступает значимым социально осмысленным внутренним опытом или ментальной проекцией этого опыта вовне.

Для символического интеракционизма идентичность есть реакция на обстоятельства окружающего мира, следовательно, она является ситуативным конструктом. Но при этом идентичность есть *накопленный* индивидуальный опыт, присвоенный воображением и «переведенный» им в образный контекст конкретной культуры. Благодаря ему социокультурная реальность – уже не только виртуальная – получает смыслы Собственные как собственные имена и становится значимым миром для индивидуального воображения. Только тогда вступает в силу символический обмен и собственно процесс легитимации индивидуального опыта как идентичности, конвертация опыта в идентичность. Интернет выступает здесь практически чистым полем эксперимента, поскольку, с одной стороны, является пространством возможностей преодоления анонимности, а с другой – социально сформированным полем, в котором сложилась и действует своя мифология, позволяющая идентифицировать себя различными способами.

Особенность пространства виртуальной коммуникации Интернета в том, что это анонимное пространство – пространство чистых возможностей (на самом деле сегодня это уже не так, но мифология виртуального общения по-прежнему остается в этой позиции). Ситуация виртуальной коммуникации изымает рассудок из стереотипов привычного оперирования «здесь-и-сейчас» и создает ситуацию разрыва ткани повседневности. При этом основным контекстом остается общение – к Интернету подключаются в двух случаях: получить-передать информацию или вступить в отношения. Интернет выступает как культурный феномен, который встраивается в повседневность и создает в ней лазейки возможного, прорехи иного, что заставляет человека выйти на край своего образа Я и заглянуть в бездну небытия воображаемого. Таким образом, виртуальная Сеть позволяет границы идентичности расширить и испытать на прочность. Невидимые друг другу собеседники поддаются искушению «примерить» иную идентичность. Коммуникация в Сети – рефлексия основ идентичности. В виртуальном пространстве перестают действовать большинство социальных характеристик, таких как гендер, возраст, профессиональный статус, семейное положение, национальность или конфессиональная принадлежность. Эти характеристики отражают структуры социального воображения, они представляют собой паттерны социального поведения, критерии оценки, соответствующие социальной включенности человека в мир культуры. Человек должен сам выбрать значимые характеристики идентичности, которую он презентует в анонимном поле Сети. Идентификационный процесс, таким образом, еще более становится процессом непрерывного выбора, актуализации опыта, репрезентации трансформационных процессов на базе постоянно обновляющегося опыта.

Одновременно с этим мы можем констатировать накопление «идентификационной массы» виртуальной идентичности. Как писал классик исследований идентификационных процессов Э. Эриксон, «переживание чувства идентичности с возрастом и по мере развития личности усиливается: человек ощущает возрастающую непрерывность между всем тем, что он пережил за всё своё детство, и тем, что он предполагает пережить в будущем; между тем, кем он хочет быть, и тем, как воспринимает ожидания других по отношению к себе» [3. С. 59]. Сходный процесс мы наблюдаем и online – идентичность в пространстве Сети вырастает так же, как в реальности, формируются и ста-

билизируются координаты идентификации, стиль общения и поле сетевых взаимодействий, в котором пользователь презентует себя и получает признание. Также невозможно игнорировать тот факт, что цифровые координаты личности не просто задают наше социальное Я и позволяют ему функционировать в цифровом пространстве, но и задают жесткие границы этому Я, отождествляют его с самим собой посредством различных идентификаторов и фиксации деятельности в Сети, т.е., по сути, ограничивают свободу и создают пространство тотальной слежки. Таким образом, мы наблюдаем вектор развития от «социокультурной идентичности личности, которая относится к осознанию своей принадлежности к определенной (не всегда фиксируемой в реальном социуме) общности, осуществляющей деятельность (в основном потребление и передачу знаний и информации) в информационно-коммуникативных средах, прежде всего – в компьютерном виртуальном пространстве» [4. С. 121] к репрезентации заданного автопроекта в заранее обусловленном контенте цифровой прозрачности. Также необходимо отметить, что репрезентация в цифровом пространстве носит многоуровневый характер и воспроизводит многоаспектное, разностороннее бытование изменяющегося социума, отражая процессы, которые актуализированы в современном обществе и востребованы мейнстримной культурой.

Цифровые технологии и идентификационная модель

Матрица повсюду, она окружает нас, даже сейчас она с нами рядом. Ты видишь ее, когда смотришь в окно или включаешь телевизор, ты ощущаешь ее, когда работаешь, идешь в церковь, когда платишь налоги. Целый мирок, надвинутый на глаза, чтобы спрятать правду.

Матрица. 1999

Технологические изменения в информационно-коммуникационной сфере, появление и интенсивное развитие Интернета во многом определили появление нового типа общества. Внедрение новых технологий привело к сжатию времени и пространства, трансграничному характеру данных процессов, создавая условия для развития новых способов коммуникации и идентификации. Благодаря тотальной информационной включенности использование цифровых технологий становится базовым навыком современного человека, а виртуальность – основной платформой для репрезентации собственной идентичности на основе цифрового кода.

Процессы цифровизации существенно меняют повседневность, это факт. Но они же позволяют создавать моделирующееся, гибкое, трансформирующееся под пользователя сетевое пространство, где текст и контекст оказываются индивидуализированы для каждого. Повседневное существование изменилось. Цифровые технологии в медицине и геномной инженерии позволяют расширять не только возможности диагностики, но и вплотную приближаются к редактированию генов человека и изменению цепочек ДНК. Благодаря 3D-моделированию и 3D-печати возможно послойно создавать объемные трехмерные объекты, в том числе органические, позволяющие улучшать качество жизни в различных сферах, оказывающие влияние не только на технологическое развитие, но и на морально-этические и ценностные ориентиры

общества. Процессы роботизации рутинных функций способствуют перераспределению рынка труда и предъявляют новые требования к компетенциям и профессиям. Рассматривая с этой позиции процессы цифровизации, стоит понимать комплексность и незавершенность данного явления, затрагивающего все основания существования человека. В этом отношении исследования, посвященные развитию цифрового общества, – это исследования трансформации человека, его персонального опыта, изменений среды и культуры в целом.

Сегодня невозможно разделить жизнь человека на онлайн- и офлайн-присутствие, цифровая среда и виртуальная реальность неразрывно вплетены в контекст повседневности, и любой объект, подключенный к Глобальной сети, находится не только под контролем своего владельца, но и встроен в Глобальную сеть сбора и анализа данных. Так, например, Интернет вещей (IoT) и системы Smart Living позволяют создавать виртуальные копии физических объектов, благодаря чему осуществляется автоматизация процессов не только в плоскости человек-вещь, но и в пространстве вещь-вещь, что абсолютно изменяет наши представления о способах и форматах взаимодействия. Благодаря расширению данных процессов и алгоритмизации машинного обучения происходит развитие нейросетевого машинного обучения и искусственного интеллекта. Дополненная (AR) и виртуальная (VR) реальность способствуют расширению границ реального мира виртуальными объектами, примеряя на себя несуществующие сущности, играя различными ролями и статусами, перенося виртуальные изображения на реальные объекты и расширяя тем самым действительность.

Интерактивные технологии, начиная с web2.0, привели к социализации Интернета и созданию нового пространства общения. Web2.0 стал площадкой для массовой социализации Сети, социальные сети, такие как Facebook, Vkontakte, Twitter, Instargam, сегодня объединяют миллионы пользователей, благодаря возможностям сетей люди общаются, ведут бизнес, путешествуют, находят друзей, поддерживают контакты, которые могли бы быть утрачены. Вторым завоеванием web2.0 стала возможность создания и распространения контента самими пользователями. Социализация Сети привела к возможности реализации в ней идентификационных моделей образа жизни и затем стиля жизни [5. С. 9].

Следующим технологическим шагом стали технологии web3.0 (semantic web) и web4.0, которые последовательно приближаются к системам развития искусственного интеллекта. Сегодня мы полностью погружены в семантическую паутину, и какой бы запрос не послали мы в виртуальное пространство, можно быть уверенным, что сеть принесет огромное количество ссылок, интересных именно нам. Платформа web4.0 пока лишь зарождается, она связана с идеей искусственного интеллекта и разработкой возможностей взаимодействия мозг-мозг и мозг-машина. Также web4.0 называют эмотивной сетью, дополненной интеллектуальными функциями. Факторов развития эмотивной сети, собственно, два: во-первых, это повсеместная доступность Сети, которая может быть включена на любом устройстве, от стационарного компьютера и ноутбука до мобильного телефона, и, во-вторых, привязка к широчайшему и постоянно множащемуся спектру различных мобильных приложений, в том числе интерактивных. Новый виток развития сетевой коммуникации

окончательно оставляет идею чистой передачи информации, сосредоточиваясь на передаче и производстве эмоций, а также более глубоких и важных для человека чувств – причастности, принадлежности, удовлетворенности от достижения цели и т.п. Философское осмысление перспективы развития технологий заставляет задуматься о бодрийеровском соблазне и новом порядке симулякров. Новый шаг интернет-технологий можно счесть развитием симулятивной культуры потребления, симулякры web4.0 – это симуляция чувств, которая создает для потребителей среду, наполненную иллюзией власти над происходящим. Эта иллюзия власти включает в себя как коммуникацию, так и производство контента, которое зачастую оказывается плагиатом или замаскированной его формой.

Таким образом, мы приходим к выводу, что идентификационная модель стиля жизни начинает преобразовываться под воздействием цифровых технологий. Новыми качествами становятся креативность, кооперация и коммуникация – необходимые навыки личности в пространстве Сети. Идентификационные процессы включают в себя пользовательскую активность – осознают это пользователи или нет. С этим связано множество проблем, в том числе и актуальная на сегодня проблема охраны персональной информации. Речь идет не только о государственных структурах, которые в своей жажде власти блокируют Telegram, но и о маркетологах, которые в стремлении продать как можно больше и лучше оказываются в состоянии услышать наши самые интимные потребности. Онлайн-реклама стремится к повышению эффективности и к тому, чтобы быть ориентированной на максимально узкий сегмент целевой аудитории, однако отслеживание запросов, покупок, поисковых переходов вызывает протест у пользователей социальных сетей. В результате социальные сети приходят к необходимости повышать уровень безопасности и отказываются от использования некоторых программ, которые нарушают частное пространство пользователей.

Чем дальше развиваются технологии, тем более становится заметно, что проблемы, которые возникают, – социального характера. Словно общество не успевает адаптироваться к новым технологическим возможностям. Исследователи даже говорят о «цифровом барьере», который возникает как внутри некоторых стран, так и между государствами. «Цифровой барьер» связывают с различиями устройств, предоставляющих доступ в Сеть, низкой пропускной способностью этих устройств, неразвитостью фиксированной телефонии, а также с политикой некоторых государств, ограничивающих доступ к информации своих граждан, все это ведет к «цифровому неравенству» [6. С. 16–17], которое также может рассматриваться как одна из проблем современного общества, оказывающая существенное влияние на идентификационные процессы в том числе.

Само понятие цифровизации сегодня выступает вызовом социальности, потому что изменяются структуры взаимодействия людей, коммуникация, привычная стратификация в обществе, ценность образования и многое другое. Цифровизация, с одной стороны, выступает объединяющим и интегрирующим началом, с другой – вызывает еще большие разломы в обществе и порождает новые формы неравенства и сегрегации. Благодаря цифровизации создаются новые условия развития промышленности, улучшения инвестиционного климата, развития конкуренции, изменяются форматы производства и

потребления, трансформируется привычная инфраструктура, высвобождаются ресурсы и происходит стимулирование перераспределения рабочей силы, порождающее новые требования к базовым компетенциям специалистов на рынке труда. Для общества эти изменения влекут смену культуры поведения и коммуникаций, способы восприятия и способы мышления, профессионализацию и требование к образовательным технологиям, трансформируют мировоззрение и поколенческие привычки.

Данные явления также оказывают влияние и на самого человека, изменяя процессы идентификации, социализации и персонификации, предъявляя новые требования к креативности и способности к риску, изменяя когнитивные функции и формируя новые запросы на развитие эмоционального интеллекта. Новое, вернее, новейшее и даже постновейшее время предъявляет новые требования к компетенциям современного человека. В условиях постоянной турбулентности становится невозможным выучиться один раз и навсегда, необходимо постоянно приумножать знания, уметь находить нестандартные решения, быть постоянно готовым к рискам и принимать мгновенные решения в условиях многозадачности. Ключевыми свойствами личности становятся нелинейность мышления и восприятия времени (будущее в прошлом, прошлое в будущем), навыки работы с различными платформами, форматами и большими потоками информации, умения вычленять необходимое, порождающее многоканальность усвоения и трансляции информации. Все эти требования к навыкам и компетенциям создают основу для развития повышенной индивидуальной ответственности (особенно в связи с прозрачностью всех цифровых процессов), стремление к изучению новых языковых особенностей, развитию когнитивных способностей, развитию навыков дистанционных коммуникаций, критического мышления и цифровой грамотности. Эти требования можно выразить одним словом, описывающим специфику современной цифровизации в отношении процессов коммуникации, – интерактивность. То есть говоря об идентификационной модели современной цифровой повседневности, мы можем предположить, что это интерактивная идентификация.

Интерактивная виртуализация

Вот твой привычный мир... Сегодня он существует только в виде нейро-интерактивной модели или Матрицы. Вы все живете в мире грез.

Матрица. 1999

Процесс виртуализации идентичности характеризуется амбивалентностью и текучестью, представляя собой некий образ «Я», включающий в себя и online, и offline характеристики с сохранением определенной доли анонимности, возможностью примерять различные роли и статусы, играя с собственной идентичностью и презентуя ее миру в желаемом сконструированном виде, в виде «Я-желаемого», «Я-модифицированного», выступающего компенсаторным механизмом виртуального пространства. Таким образом, создавая виртуальный автопроект, пользователь примеряет на себя различные маски, роли и статусы, тем самым создавая виртуальные личности, которые затем он присваивает и в жизни реальной. Как отмечал еще У.А. Томас, «если люди определяют ситуации как реальные, то они реальны по своим последствиям» [7. Р. 571], а для современного сетевого человека виртуальная

реальность гораздо более реальна, чем реальная жизнь и, соответственно, если тебя нет в Сети, то тебя просто нет, и все большая доля общения между людьми переносится именно в online.

При этом каждая виртуальная платформа задает свой формат коммуникаций и автопроектности, а пользователь встраивается в данные форматы на различных ресурсах, демонстрируя многомерность, изменчивость и вариативность идентичности в зависимости от существующего контекста. Данный процесс не имеет завершенности, он, как отмечает Ш. Теркл, «мозаичен», сегодня не существует единожды сформированной идентичности, это процесс перманентный и все в большей степени прозрачный, направленный на сращивание реальной и виртуальной идентичности через множественность процессов самокатегоризации. По наблюдению Э. Кшижаняк, современный «homo creator постоянно видоизменяет свой облик, будучи тем, кем он в данный момент хочет себя показать» [8. С. 13], формируя таким образом осознанную и целенаправленную автопроектность, имея право на выбор собственной идентичности, уходя от игр в виртуальности к репрезентации реального и идеального желаемого.

Сегодня данные виртуальные форматы под влиянием цифровизации трансформируются и процесс присвоения виртуальности в реальной жизни становится все более явным и публичным, так как цифровизация всех сторон жизни человека либо подтверждает реальную, либо проявляет латентную идентичность, делая ее публичной за счет включенности в цифровой мир. Таким образом, ранее человек «прятался» в Сети, сейчас цифровой мир его проявляет и предъявляет миру, оставляя все меньше места для анонимности, стимулируя развитие гибридных идентичностей под заданные контексты, и с каждым новым поколением эти тенденции проявляются все в большей степени. Отсюда новые термины, которые мы встречаем в научном дискурсе: цифровые аборигены (М. Пренски), поколение Сети (У. Тапскот), нетокусы (В. Хлебда). Для всех них Сеть – это место не только коммуникации, социализации, но и место обретения и репрезентации своей идентичности.

Сам процесс идентификации также претерпевает изменения. Как отмечают многие исследователи, процесс идентификации все в большей степени становится процессом не обретения, а конструирования. А. Войскунский, А. Евдокименко, Н. Федунина отмечают, что «сетевая идентичность не порождается сама собой в процессе взросления и старения, а конструируется с тем, чтобы быть эксплицитно презентованной другим людям» [9. С. 102] в виртуальной среде. Как говорил еще З. Бауман, «проблема, мучающая людей на исходе века, состоит не столько в том, как обрести избранную идентичность и заставить окружающих признать ее, сколько в том, какую идентичность выбрать и как суметь вовремя сделать другой выбор, если ранее избранная идентичность потеряет ценность или лишится ее соблазнительных черт. Главной и наиболее нервирующей проблемой является не то, как найти свое место в жестких рамках класса или страты и, найдя его, сохранить и избежать изгнания; человека раздражает подозрение, что пределы, в которые он с таким трудом проник, скоро разрушатся или исчезнут» [10. С. 117]. То есть подчеркивается, что конструкция идентичности не является не только статичной, но даже сколько-нибудь окончательной. 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.

Находясь в перманентном стрессе от ускоряющейся и неизвестной жизни постоянно модернизирующегося мира, человек ищет точку опоры и комфортное место «своих», находя их в пространстве виртуальных сетей, услужливо создающих удобную нишу не только для репрезентации себя в кругу подобных, но и для поощрения чувства сопричастности, соучастия, социальной активности и признания, оставляя массу информации о себе на различных платформах. Все эти сведения, оставленные в различных форматах, в виде индивидуальных предпочтений, лайков, дизлайков, репостов и поисковых запросов, формируют колоссальный информационный банк данных о пользователях, чья повседневность сопряжена с ежедневной информационной деятельностью и цифровым присутствием. «Обратная связь» этой базы данных создает и верифицирует идентичность, этот процесс непрерывен и неостановим.

Данные аналитических агентств свидетельствуют о том, что за день люди генерируют в Сети около 2,5 миллиона триллионов байт данных [11], большая часть из которых связана с их личными данными. Как отмечает С. Стивенс-Давидовиц, любое цифровое взаимодействие трансформируется в элемент Больших данных, т.е. «люди, ищущие информацию в сети, сами становятся источником информации» [12. С. 17] и, следовательно, все: приложения в гаджетах, сетевая активность, социальный профиль – становится источником данных о пользователях. Так же, как и все метрики, сгенерированные в софте, позволяют отражать заданные характеристики социальных групп, объектов и их связи, отображая характер и степень взаимоотношений между пользователями, сторителлинг выстраивается в соответствии с предыдущими поисковыми запросами, а в друзья предлагаются люди со схожими группами интересов. Таким образом, виртуальная среда пользователя Сети становится однородной и безальтернативной, с размытыми границами частного и публичного в максимально персонализированном гомогенном виртуальном пространстве. Пространстве, где создается максимально индивидуализированный контент и «каждый гражданин может создать свой собственный стиль жизни и «выбирать» идеологию из большого (но не бесконечного) числа вариантов... каждый посетитель сайта получает свою версию страницы, созданную на лету из баз данных» [13. С. 31].

Необходимо отметить, что по мере того, как социальные интеракции, культурный опыт, идентификация, процессы выбора альтернатив и принятий решений будут все в большей степени протекать в цифровой среде, они еще более будут управляться и конструироваться программными продуктами и средами, созданными на основе результатов решений конкретных людей и компаний. Чем более интенсивно будут развиваться данные процессы, тем в большей степени они будут алгоритмизированы и человек будет вынужден встраиваться в существующие обстоятельства.

Возникает вопрос, что происходит с идентификационными процессами в такой среде? Мы полагаем, что в результате мы получаем матрицу идентичности, которую можно смоделировать как интерактивную систему, детерминированную сетевыми медиа. «Медиа оказывают значительное влияние на формирование социальных структур, процессов, накладывают отпечаток на массовое сознание, культуру. Доминирующие формы медиа детерминируют

идентификационные матрицы посредством различных инструментов, будь то средства массовой информации, формирующие повестку дня (а значит, расставляющие ценностные приоритеты), социальные сети, блоги, фильмы, реклама, мультипликация, сериалы. Все эти формы коммуникации транслируют определенные символические коды, воспринимаемые индивидами, и выстраивающиеся в его многоуровневую идентификацию» [14. С. 186]. Определение идентичности как набора представлений о себе и идентификации себя с определенной социальной группой позволяет сделать вывод о том, что в основании идентификационного процесса лежит сопоставление образа Я или Я-концепции с неким идеальным представлением [15. Р. 340].

Модель идентичности современности получает искажение в области идеальных представлений, многие исследователи определяют эти искажения как информационный шум, говоря о том, что индивиду сложно ориентироваться в переполненном информационном пространстве. Действительно, информационный шум и неопределенно большое число идеальных образов затрудняют построение стабильной идентификации. Наряду с этим мы можем отметить, что сама идея стабильности девальвирована современной эпохой и идентичность уже давно понимается как непрерывная, текучая, мозаичная, лоскутная и т.д. Благодаря тотальной визуализации человек из *homo sapiens* превратился в *homo videns* – «человека, познающего мир исключительно с помощью образов, созданных специалистами по маркетингу, рекламе и информации» [16. S. 47] и, добавим, специалистами по созданию образов, в частности, кинематографических. С другой стороны, идентификационная модель учитывает потребность в признании и постоянном подкреплении значимости идентичности со стороны «значимых других» [17]. Этими значимыми другими могут быть родители в раннем возрасте, друзья и медиаобразы в подростковый период, образы профессиональной успешности, равные, о которых писал П. Бурдьё. Но в сетевой среде изменяется сам статус значимых других. «Френды» и случайные комментаторы, включая «троллей», оказывают существенное влияние на самооценку и представление о границах индивида, осуществляя тем самым интервенции в идентификационный процесс. Здесь мы сталкиваемся с изменением модели коммуникации, которая, как отмечает В. Кросби, из формата «один ко многим» перешла в формат «многие ко многим» [18]. Интерактивная модель коммуникации «многие-ко-многим» создает специфическое информационное поле, задает новые координаты ответственности, требует более адресной информации. С другой стороны, эта модель «включает» идентификационный процесс: выбирая лайком, комментарием или кликом по ссылке тот или иной контент, пользователь соотносит себя с группой или событием, применяя к себе операцию включения в гипертекст. При этом он сам изменяет собственное гипертекстовое поле, выбирая, что именно он увидит в ленте в следующий раз и какая информация придет в поле его восприятия, своим актом пользователь создает гипертекст своего восприятия, выбирая из коррелирующих ссылок ту, которая оказывается включена благодаря этому акту выбора в его индивидуальную семантическую систему.

Гипертекстовость сетевого контента порождает новую матрицу идентификации. Мы можем говорить о двух тенденциях, формирующих эту идентификационную матрицу. С одной стороны, человек в пространстве вирту-

альной коммуникации оказывается как бы на пересечении многих информационных потоков и пытается «прочитывать» одновременно множество сообщений. Вторая тенденция связана с нарушением целостности картины мира, мировосприятия, что порождается этим пересекающимся информационным потоком и возможностью бесконечного выбора нового в создании контента. Сетевые структуры и сообщества создают не иерархию, а мозаику, и гипертекст оказывается адекватной гибкой структурой, позволяющей самоопределение в условиях трансформаций информационных потоков и структур.

Виртуальная социальная реальность существенным образом оказывает влияние на смысл и содержание базовых категорий человеческого самоопределения, таких как самореализация, самосознание и самопознание, а также самопроектирование. Г.Л. Тульчинский определяет самопроектность или автопроектность личности как определенную черту или характеристику самопозиционирования или репрезентации человека, что является важной, определяющей чертой современности [19]. Он подчеркивает, что актуальные технологии и средства коммуникации дарят «самопроектной» идентичности новые, нереальные ранее возможности, человек может добиться социального признания в виртуальной реальности, так сказать, не выходя оффлайн, он вполне способен состояться как личность, причем иногда даже в большей степени, чем в реальной жизни.

Тотальная де-анонимизация

*Добро пожаловать в пустыню реальности.
Матрица. 1999*

Так, например, благодаря технологии Big Data, качественно изменившей подходы к сбору и анализу больших неоднородных массивов информации, стало возможным не только аккумулировать данные о всех цифровых операциях и транзакциях, но и выявлять и отслеживать все нетипичные объекты и действия, оставляющие цифровые следы. Таким образом, в совокупности с технологией блокчейна, позволяющей фиксировать все изменения информации на бесконечном количестве носителей, с помощью распределенных реестров создаются условия для абсолютной прозрачности всех действий членов цифрового мира. Таким образом, человек становится совершенно прозрачным перед автоматизированными системами и людьми, имеющими доступ к данным массивам информации. Как отмечал У. Эко, говоря о развитии технологий и Глобальной сети, «первое, что утратилось по милости Интернета, из-за глобализации средств связи – это понятие границ. На нашу сегодняшнюю частную жизнь, которую мы желаем предохранить от поругания, посягают даже не хакеры (они – явление такое же нечастое, как и разбойники с большой дороги; флибустьеры бывали во все времена); нет, на нее посягают всевозможные cookies. Посещая домашние странички, обнаруживаешь, что целью множества людей является обнародование своей малоинтересной нормальности, или, хуже того, малоинтересной ненормальности» [20]. В разрезе больших данных перед нами предстает не только публичная идентичность и тот виртуальный проект, который создавал пользователь, становятся прозрачными все уровни и модусы идентичности человека, проявляемые в различных коммуникативных действиях, символах и текстах. Повсеместная запись цифро-

вых следов говорит не только о поведенческих характеристиках человека, но также создает его цифровой профиль, цифровую личность, наделяя ее цифровой идентичностью, объединяя реальную и виртуальные личности.

В связи с цифровизацией всех сторон жизни человека, создания персонального цифрового профиля через анализ цифровых следов в виде совершенных транзакций, данных налоговых служб, различных фондов, страховых компаний, электронных каталогов, онлайн-банкинга, поисковых запросов, геолокации, данных удаленной идентификации и городских видеокамер, профилей новых медиа (социальные сети, блоги, видеохостинги) и различных форматов коммуникации (почта, мессенджеры и др.) обнаруживается реальная картина жизни общества, создающая угрозы и возможности для предъявления публичной идентичности.

В этом отношении тотальная информационная прозрачность, изменение способов общения, действия, мыслей создает запрос на модификацию общественных отношений, трансформацию требований к нормативно-ценностной парадигме и культуре в целом, так как человек предстает не в образе идеализированного социального «Я». Устойчивый вектор данных изменений порождает повсеместную деанонимность и выступает стимулом идентификационных конфликтов в связи с тем, что цифровая идентичность – принудительно предъявляемая публичность, от которой сложно укрыться в комфортном виртуальном мире, что может привести к личностным идентификационным деформациям и дополнительным точкам напряжения в обществе.

Цифровизация всех аспектов жизни человека создает предпосылки для возникновения и развития не только принудительной публичности и максимального сращивания публичной и интимной сфер, но и окончательно смещает акценты с идентичности на постоянный, не завершающийся процесс идентификации. В современных условиях цифрового мира создание персонального автопроекта и нарративизация собственной жизни отражаются с рождения и до конца жизни в виде транзитивной цифровой личности в глобальном мультикультурном пространстве цифровой среды. Вследствие чего соотношение реального, виртуального и цифрового «Я» возможно через публичное маркирование, самоподтверждение, самокатегоризацию на различных сервисах и платформах за счет гипертекстуальных и гипервизуальных форматов коммуникации и репрезентации.

Цифровая идентичность позволяет собрать в единое целое так называемую «постмодернистскую делимость» и «множественность» индивида, опираясь на стержень цифровых технологий. В связи с увеличением объема доступных данных и информации, совершенствованием методов анализа повышается точность результатов, и соответственно это приведет к новому пониманию индивидуальных различий в поведении людей и построению новых социальных моделей.

Выводы

Цифровые технологии, становясь продолжением нас самих, предъявляют новые требования к уровню креативности, самоконтроля, критического мышления и умения развиваться в условиях постоянной неопределенности и турбулентности всех процессов. Позитивный потенциал данных изменений, заключенный в открытости и информационной прозрачности жизни общества, направлен на изменение прежде всего доверия ко всем аспектам соци-

альной жизни, развитие толерантности и гуманизма, трансформации культурных основ социума. Для человека цифровизация создает условия быстрых социальных лифтов, развития креативности и дополнительных навыков (soft skills), возможности находить «своих», максимального удовлетворения запросов и потребностей, избавление от рутинных функций и высвобождение свободного времени.

Необходимо отметить также существующие риски и угрозы, связанные с повсеместной цифровизацией, сбором и анализом больших данных. В связи с алгоритмизацией многих функций цифровых систем программное обеспечение и фреймы сбора и обработки данных разрабатываются конкретными людьми, организациями и государственными структурами, что порождает высокие риски, связанные с возможностями государственной сверхтоталитарности, манипулирования данными, кластеризации людей по различным признакам, создания индивидуальных социальных рейтингов, влекущих еще большее расслоение и маргинализацию общества (подобные попытки уже предпринимались в Китайской Народной Республике и привели к отстранению части общества от пользования общественными благами [21]). Также возрастающие возможности конструирования семантических полей и нейросетей создают информационный кокон вокруг каждого человека, формирующийся на основе предыдущих запросов, существующих интересов и пристрастий, но такой безальтернативный взгляд формирует мнимую повестку будущего, создавая тем самым усеченное представление о реальности. Таким образом, технологии не только облегчают жизнь, но и задают алгоритмы этой жизни.

Процесс цифровизации – это беспрецедентное наступление на личное пространство человека, разрывающее границы между публичным и приватным, создающее угрозу привычному ходу вещей, сложившимся отношениям и формам идентичности. Учитывая тот факт, что в данных обстоятельствах идентичность личности становится достоянием всех, кластеризуется по различным признакам и становится реальной в фрейме новых технологий, то изменяются подходы и бинарности и многоканальности данного процесса. И уже все в большей степени не я себя идентифицирую, а меня идентифицируют, а множественность каналов коммуникации все больше интегрируются в единую омниканальную систему, где в условиях заданных алгоритмов глобальных цифровых платформ непрерывно формируется публичная гибридная, трансграничная матрица идентичности.

Литература

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М. : Медиум, 1995. 323 с.
2. Конева А.В. Воображение себя, или Проблема идентичности // Символы, образы, стереотипы современной культуры. Международные чтения по теории, истории и философии культуры. СПб., 2000. Вып. 8.
3. Эрикссон Э. Идентичность : юность и кризис: пер. с англ. / общ. ред. и предисл. А.В. Толстых. М.: Изд. группа «Прогресс», 1996. 342 с.
4. Астафьева О.Н. Виртуальные сообщества : «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах // Вісник Харківського національного університету. Теорія культури та філософія науки. 2007. № 776. С. 120–133.
5. Сузова Е.Э. Идентификационный принцип в культуре // Международный журнал исследований культуры. 2010. № 1. С. 6–17.
6. Афанасьева А.А. Цифровое неравенство как проблема внедрения электронного правительства в России // Общество : политика, экономика, право. 2015. № 6. С. 16–17.

7. Thomas W.I., Thomas D.S. The child in America : Behavior problems and programs. New York : Knopf, 1928. P. 571–572.
8. Krzyżaniak E. Nie ma tożsamości darowanej, czyli poszukiwanie siebie w Innym. Warszawa, 2003. С. 13–19.
9. Войскунский А., Евдокименко А., Федунина Н. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10, № 2. С. 98–121.
10. Бауман З. Индивидуализированное общество. М. : Логос, 2005. 390 с.
11. Bringing Big Data to the Enterprise. URL: <https://www-01.ibm.com/software/data/big-data/what-is-big-data.html> (дата обращения: 11.07.2018).
12. Стивенс-Давидовиц Сет. Все лгут. Поисковики, Big Data и Интернет знают о вас все. М. : Эксмо, 2018. 384 с.
13. Манович Л. Теории софт-культуры. Нижний Новгород : Красная ласточка, 2017. 208 с.
14. Фролова А.С., Посухова О.Ю. Концептуальное моделирование системы символического конструирования профессиональной идентичности в медиапространстве // Медиаобразование. 2017. № 37. С. 185–192.
15. Arnett J.J. Adolescence and emerging adulthood: A cultural approach (4th edition). Upper Saddle River. N.J. : Pearson-Prentice Hall, 2010. P. 340.
16. Morbitzer J. Media – zniewolić umysł? // Konspekt. 2002. № 11. S. 45–49.
17. Tajfel H., Turner J. Differentiation Between Social Groups. Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations. London : Academic Press, 1979.
18. Crosbie V. What is New Media? [Electronic resource]. URL: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> (дата обращения: 11.07.2018).
19. Тульчинский Г.Л. Личность как автопроект и как бренд: некоторые следствия // Философские науки. 2009. № 9. С. 47–60.
20. Эко У. Полный назад! или «Горячие войны» и популизм в СМИ. Утраченная укромость частной жизни. URL: <http://humanitarius.com/static/nazad-15.html> (дата обращения: 10.07.2018).
21. Родина знает! URL: https://lenta.ru/articles/2018/01/03/chinese_surveillance/ (дата обращения: 13.07.2018).

Anna Koneva V., St. Petersburg State Institute of culture (St. Petersburg, Russian Federation).

E-mail: akoneva@list.ru

Anastasia Lisenkova A., Perm State Institute of culture (Perm, Russian Federation).

E-mail: oskar46@mail.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedeniye – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History, 2019, 35, p. 14–28.

DOI: 10.17223/22220836/35/2

IDENTITY MATRIX IN THE DIGITAL AGE: SOCIAL CHALLENGES TO OVERCOME THE ANONYMITY

Keywords: digital identity; digitalization; identity; virtualization; matrix; Big Data; social communications; representation.

This article examines the total impact of digitalization on processes of identification. The development of information and communication technologies has generated new formats of socialization, inculturation and identification. Verification and construction of own identity is increasingly taking place in the Internet environment, but this environment sets more rigid framework and algorithms for this process. These changes began to affect all aspects of society, transforming not only the ways and contexts of communication and interaction, but also influencing the value-normative system and culture in General, setting the frame of research of social and humanitarian science. Due to the fact that new technologies have changed the idea of distance, time, space, indicating the transboundary nature of these phenomena have changed and approaches to the study of these phenomena. The development of digital technologies has led to the change of models and methods of identification and representation. Initially, the virtualization of everyday cultural practices and interactions allowed a person to try on different masks and statuses on an anonymous polygon of multiple identities, then forming the possibilities of personal auto projects and virtual personality, represented in the network space and subsequently appropriated in real life. These phenomena have a direct impact on a person by changing the ways of perception, thinking and worldview, making new demands on his competencies, forming a request for the nonlinearity of thinking and multi-channel perception of information. Now it is impos-

sible to hide in the network, separating the virtual profile from the real identity. Today, the process of digitalization increasingly began to show – make visible, limit of virtuality, becoming, rather, the basis for integrity, in the truest sense of the word identity, identity, combining digital, virtual and real identity in the most transparent digital environment, creating conditions for the emergence of new opportunities, challenges and threats to the cultural foundations of society and embodying in reality the prophetic vision of the Matrix from the Wachowski brothers.

References

1. Berger, P. & Luckmann, T. (1995) *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti* [The Social Construction of Reality]. Translated from English by E. Rutkevich. Moscow: Medium, 1995. 323 s.
2. Koneva, A.V. (2000) Vobrazheniye sebya ili problema identichnosti [Imagination of oneself or the problem of identity]. In: Moreva, L. (ed.) *Simvoly, obrazy, stereotipy sovremennoy kul'tury* [Symbols, Images, Stereotypes of Modern Culture]. St. Petersburg: Eidos.
3. Erikson, E. (1996) *Identichnost': yunost' i krizis* [Identity: youth and crisis]. Translated from English. Moscow: Progress.
4. Astafyeva, O.N. (2007) Virtual'nye soobshchestva : "setevaya" identichnost' i razvitiye lichnosti v setevykh prostranstvakh [Virtual communities: "network" identity and personal development in network spaces]. *Visnik Kharkivs'kogo natsional'nogo universitetu. Teoriya kul'turi ta filosofiya nauki*. 776. pp. 120–133.
5. Surova, E.E. (2010) Identifikatsionnyy printsip v kul'ture [The identification principle in culture]. *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury – International Journal of Cultural Research*. 1. pp. 6–17.
6. Afanasyeva, A.A. (2015) Tsifrovoye neravenstvo kak problema vnedreniya elektronnoy pravitel'stva v Rossii [Digital inequality as a problem of introducing an e-government in Russia]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo – Society: Politics, Economics, Law*. 6. pp. 16–17.
7. Thomas, W.I. & Thomas, D.S. (1928) *The Child in America: Behavior Problems and Programs*. New York: Knopf. pp. 571–572.
8. Krzyżaniak, E. (2003) *Nie ma tożsamości darowanej, czyli poszukiwanie siebie w Innym*. Warsaw: [s.n.]. pp. 13–19.
9. Voyskunskiy, A., Evdokimenko, A. & Fedunina, N. (2013) Online and Real-Life Identity: A Comparative Study. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki – Psychology. Journal of Higher School of Economics*. 10(2). pp. 98–121. (In Russian).
10. Bauman, Z. (2005) *Individualizirovannoye obshchestvo* [The Individualized Society]. Translated from English. Moscow: Logos.
11. IBM.com. (n.d.) *Bringing Big Data to the Enterprise*. [Online] Available from: <https://www-01.ibm.com/software/data/bigdata/what-is-big-data.html> (Accessed: 11th July 2018).
12. Stephens-Davidowitz, S. (2018) *Vse lgot. Poiskoviki, Big Data i Internet znayut o vas vse* [Everybody Lies: Big Data, New Data, and What the Internet Can Tell Us About Who We Really Are]. Translated from English by L.I. Stepanova. Moscow: Eksmo.
13. Manovich, L. (2017) *Teorii soft-kul'tury* [Theories of soft culture]. Nizhniy Novgorod: Krasnaya lastochka.
14. Frolova, A.S. & Posukhova, O.Yu. (2017) Kontseptual'noye modelirovaniye sistemy simvolicheskogo konstruirovaniya professional'noy identichnosti v mediaprostranstve [Conceptual modeling of the system of symbolic construction of professional identity in the media space]. *Mediaobrazovanie*. 37. pp. 185–192.
15. Arnett, J.J. (2010) *Adolescence and Emerging Adulthood: A Cultural Approach*. 4th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson-Prentice Hall. pp. 340.
16. Morbitzer, J. (2002) Media – zniewolić umysł? *Konspekt*. 11. pp. 45–49.
17. Tajfel, H. & Turner, J. (1979) *Differentiation Between Social Groups. Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*. London: Academic Press.
18. Crosbie, V. (n.d.) *What is New Media?* [Online] Available from: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> (Accessed: 11th July 2018).
19. Tulchinskii, G.L. (2009) Philosophy as Technology of Permanent Innovation of Education. *Filosofskie nauki – Russian Journal of Philosophical Sciences*. 9. pp. 47–60. (In Russian).
20. Eko, U. (n.d.) *Polnyy nazad! ili "Goryachie voyny" i populizm v SMI. Utrachennaya ukromnost' chastnoy zhizni* [Turning Back The Clock: Hot Wars and Media Populism]. Translated from Spanish by E. Kostyukovich. [Online] Available from: <http://humanitarius.com/static/nazad-15.html> (Accessed: 10th July 2018).
21. Melnichuk, S. (2018) *Rodina znaet!* [The homeland knows!]. [Online] Available from: http://lenta.ru/articles/2018/01/03/chinese_surveillance/ (Accessed: 13th July 2018).