



УДК 316.33

Становление множественной идентичности в цифровой среде

Н. Г. Устьянцев



Устьянцев Никита Глебович, магистр философии, аспирант кафедры социальных коммуникаций, Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина – филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ, nikyst.55@gmail.com

В данной статье рассматривается процесс развития цифровой среды и сферы человеческой жизнедеятельности, связанный с качественными переходами на новые формы осмысления. Анализируются формирование цифровой реальности под углом зрения феноменов культуры и коммуникации, множественная идентичность и ее взаимодействие с цифровым пространством, актуализирующая проблемы контроля, трансформации и видоизменения процессов идентификации. Существенным фактором, влияющим на динамичное видоизменение цифровой среды и индивидуальной идентичности, является креативность, предполагающая поиск нестандартных решений поставленных задач, осмысление существующей проблематики. Креативное мышление в сочетании с созданием новых инструментов приводит к постоянному обновлению знаний и навыков, отражающихся как на повседневном опыте, так и на целостности представлений о мире. Вариативность познания и функционирования цифрового пространства приводит к формированию различных практик самоидентификации у индивида как на коллективном уровне через признание, так и на индивидуальном уровне через принятие идентификаторов. Статус неопределенности и гетерогенности цифровой среды влияет на формирование новых ценностей для индивида, что приводит к трансформации личной идентичности, опыта самоконституирования и самоопределения в постоянно подвижной цифровой среде.

Ключевые слова: идентичность, цифровое общество, креативность, социальное управление, множественность.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-1-39-42>

Высокие темпы развития и расширения технических возможностей характерны для современности. Новые цифровые технологии расширяют возможности хранения и передачи информации, особенности доступа и ее повторного использования в постоянно трансформирующемся виде. С одной стороны, цифровая информация (в виде цифровых активов) стала основным элементом электронной коммерции, изменяя наряду с технологиями и базовую платформу, и алгоритм использования, и нормативные акты, влияющие на распределение и формальное функционирование цифровой экономики. С другой стороны, возможности распределения и развития информации как энергетического элемента современности проявляются и в остальных сферах человеческой деятельности,

видоизменяя коммуникацию, культуру и общество, представляя их в новом цифровом качестве.

Данная тенденция подобно индустриальной форме общества является частью закономерного развития информации и технологий. В 70-х гг. прошлого столетия образ постиндустриальной картины мира активно развивался на стыке социологии, экономики, математики и философии такими авторами, как М. Кастельс, Д. Белл, К. Шеннон, П. Друкер. В этой связи уместно привести следующее высказывание М. Кастельса: «В последнюю четверть XX века произошло слияние воедино трех независимых процессов – предвестников появления новой общественной структуры, основывающейся главным образом на использовании сетей: развитие экономики, обеспечивающей гибкость управления и глобализацию капитала, производства и торговли; стремление к построению общества, в котором будут господствовать ценности свободы личности и открытой коммуникации, и поразительного прогресса компьютеров и телекоммуникаций, оказавшегося возможным благодаря революции в микроэлектронике. В этих условиях Интернет – малоизвестная технология, использовавшаяся только внутри изолированных групп специалистов по вычислительной технике, хакеров и контркультурных сообществ, – превратилась в движущую силу перехода к обществу нового типа – сетевому обществу, а через него – и к новой экономике» [1, с. 15].

Следствием стало обеспечение метанарративности цифрового как облика или образа современности с введением дихотомии таких понятий, как цифровое и аналоговое. Во многом именно это и сформировало отступление понятия информационного на второй план как технически опосредованного в противоположность цифровому, что, несомненно, ведет к удвоению субъектов и институтов, порождающему неравномерное распределение как в правовой среде, так и в пространстве повседневности, влекущей к диспропорции и проведению границ между субъектами и институтами. Рост гетерогенности и неоднородности цифрового пространства приводит к процессу адаптации к цифровому эквиваленту. Можно предположить, что данная адаптация конструирует особое пространство с цифровым обществом, государством, библиотекой, бан-



ковской системой, образованием, экономикой, коммуникацией и в итоге с агентом данных структур – цифровым потребителем.

В данном контексте А. О. Лапшин, выводя онтологические параметры концептов «Слова и Цифры», указывал, что цифровое «как всякий революционный процесс [...] несет в себе, кроме очевидных плюсов, новые вызовы и риски. Цифра не просто бродит по современным коммуникациям, она активно заменяет наши привычные ориентиры и ценности... Остановить этот процесс невозможно, он действует и в развитых странах, и в архаичных обществах» [2, с. 78].

Следует указать, что весь процесс формирования цифрового пространства характеризуется множественностью децентрализованных и детерриториальных процессов, проходящих через сложную совокупность технологий, информации и виртуальности.

Обратим внимание, что исключительность, привносимая цифровыми технологиями, сформирована отчасти благодаря специфичности и уникальности своей структуры или алгоритма действия, которые в результате становятся формообразующими феноменами. Трансформируясь в новые экономические и социальные ценности, цифровые структуры открывают новые возможности для разработки инновационных услуг. Цифровые технологии в сочетании с доступностью порождают информационные поля, где постепенно преодолеваются различия публичного и частного, национального и элитарного. Цифровая среда требует особой гибкости от субъектов приведенных отношений, переживающих последствия современных информационных сдвигов.

Цифровая гибкость сопряжена с другой формальной стороной развития среды, где происходит становление нового. Невозможность поставить видимые границы цифровой среды связана с глобальным процессом «цифровизации» объектов, с одной стороны, и непрерывным поступательным движением, с другой. Следовательно, мы не можем с полной уверенностью опираться на нецифровые, аналоговые объекты и системы, ибо сам факт определения не выводит принцип неизменности. В нарративном смысле процесс «цифровизации» схож с процессами политизации сфер человеческой бытийственности с той лишь разницей, что цифровые предметы искусства, такие как digital-art или виртуальные площадки и инсталляции, созданные с помощью алгоритмов, уже устоялись в изменяющейся социальной среде. В связи с этим важно отметить обусловленность уникальности продукта через инновационность технологии, использованной в процессе производства.

В социальном контексте многообразие вариантов истолкования повседневности и публичности, практик агентов и акторов, связанных со становлением цифровых коммуникаций, открывает возможности для построения самых разных моделей современного социума, а также происходящих в нем процессов. Здесь мы подходим к проблеме управления цифровой средой.

Нелинейность социальных процессов приводит к усложнению ситуаций принятия и реализации управленческих решений. И если говорить о современном социальном управлении, то можно утверждать, что институты, практики, теории и концепты, связанные с управлением в разной мере, ориентированы на экономические, технологические и аксиологические стимулы ограничения организационных структур.

В плане гибкости цифровой среды и определенной формы коллективного действия проявляется феномен социальной активности, обращающейся не к усредненным представлениям о социальной справедливости, а использующий креативность в адаптации окружающей действительности под условия цифровой среды.

Наиболее полно эти новые явления интегрируются в действиях представителей креативного класса, реализующего свои инновационные ресурсы в условиях нарастающей конкуренции в цифровой экономике. По утверждению Р. Флориды, креативный класс зарабатывает деньги, проектируя и создавая что-то новое, и делает это с большей степенью автономности и гибкости, чем другие классы [3, с. 85]. Креативные субъекты совершенствуют стратегии управления экономическими и социальными проектами, разрабатывают такие средства контроля за цифровой средой, как ограничение, архивация или сегментирование, при сохранении иерархии и системности. Такие методы, широко практикуемые в китайском сегменте управления, приводят к тому, что карта цифровой среды динамичнее развивается в нелинейных, оказывая влияние и на облик современных цифровых сегментов в культуре, в СМИ, в социальных практиках взаимодействия и самоконституирования в обществе.

М. М. Скибицкий высказывает мысль, согласно которой «в Финляндии создана эффективная модель инновационной системы»: «государство, корпоративный бизнес, университеты и хакеры» [4, с. 67]. В этом феномене в качестве значимой следует отметить цифровую экономику, ориентированную на производство инновационных технологий, таких как «информационно-технологический кластер развития технологий



мобильных коммуникаций, высококачественное университетское образование и формирование культурной идентичности» [4, с. 67].

Креативные процессы в цифровом обществе оказывают воздействие на коллективные и личностные формы идентичности. Своим основанием идентичность уходит в повседневность.

Обыденные роли и опыт способствуют сложному характеру нашей идентичности, и мы определяем себя согласно действиям, выборам, убеждениям и эмоциям. В связи с этим представляется вероятным: то, что мы могли бы назвать цифровой идентичностью, просто добавилось бы к множественности нашей существующей сложной картины о себе.

Одна из причин нарастающей зависимости идентичности от цифровой среды – доступность, которая выражается также и через низкий «порог входа» в условиях повсеместности распространения разноуровневых коммуникационных сетей. Коммуникация в онлайн-пространстве непосредственно связана с феноменом взаимодействия. И в данном контексте важным элементом выступает то, что наша идентичность «Я» формируется по отношению к Другому, включая множество социальных, культурных, политических и религиозных контекстов.

Чарльз Тейлор в работе «Этика аутентичности» утверждает, что основная черта человеческой жизни выражается в диалогическом смысле. «Генезис человеческого разума не является “монологическим, но диалогическим”» [5, с. 77]. По этим причинам он предполагает, что идентичность определяется «в диалоге, а иногда и в борьбе с другими идентичностями». Это чувство борьбы обеспечивается необходимостью признания. Тейлор утверждает, что идентичность «нуждается в признании другими» [5, с. 77]. Признание возможно благодаря пониманию и распознаванию характеристик, т. е. общему полю.

Методы контроля за идентичностью реализуются в формате архивации и индивидуализации «пороков», объединяя их в поддающиеся идентификации качественные элементы. Происходит становление особых наборов качеств, выделяемых как основа для объектов негативной идентичности. При категоризации из выделенных элементов образуются скорее частные формы идентичности, которые вводятся в поле исключения и нормализации. Девиантная типология личностей, таких как бунтующий ребенок, безумец, больной, преступник, противопоставляется более общей по типологии, как здоровый, взрослый и т. п., с той лишь разницей, что применительно к последним также действует постоянная процедура установления тех идентификаторов, чьими диа-

лектическими отражениями они являются. Для этого используется идентификация через желания, цели, мнения, особенности физиологии и генеалогии рода, опыт встречи с законодательством и правопорядком и т. п., границы, через которые проходит идентификация объектов. И индивид, придерживающийся основных регуляторов в обществе, ради благополучного существования и комфорта, так же как и индивид, которому необходимо скрывать собственное существование в силу личных особенностей, исключаясь идеологией общества, требуется знание того, через какие формы идентификации они проходят. Вынужденное восприятие качеств, определяющих форму идентичности, неизбежно выходит за пределы собственного регуляторного пространства в пространство культурное.

Можно предположить, что в пространстве контроля и постоянной самоидентификации требуется опыт самоидентификации в пространстве анонимности, где последняя предлагает контроль, гибкость, а также необходимое время на размышление о том, что субъект хочет сказать и каким образом он желает себя представить. Позитивным примером служат форумы для поддержки и общения, на которых люди с различной формой нарушения адаптации могут вести полноценную деятельность в современном смысле цифровой коммуникации и самоконституирования, что крайне усложнено в «аналоговом» пространстве.

Нелинейность и специфичность цифровой среды основываются на сложной множественности субъектов, их взаимоотношениях и взаимопредставлениях. Такая группа объектов позволяет рассматривать цифровую среду как плюралистичный концепт через различные теории и идеи, которые не взаимоисключают друг друга, а формируют особый дискурс описания меняющихся тенденций в современности, вводят возможность концептуально-прогностического и ценностного анализа.

Список литературы

1. *Кастельс М.* Галактика Интернет : размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург, 2004. 328 с.
2. *Лапшин А. О.* О слове и Цифре // *Власть*. 2017. № 8. С. 7–9.
3. *Флорида Р.* Креативный класс : люди которые меняют будущее. М., 2007. 421 с.
4. *Скибицкий М. М.* Информационная эпоха и новая экономика в трудах Мануэля Кастельса // *Мир новой экономики*. 2015. № 4. С. 62–68.
5. *Taylor Ch.* The Ethics of Authenticity. Cambridge, 1992. 142 p.



Образец для цитирования:

Устьянцев Н. Г. Становление множественной идентичности в цифровой среде // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 39–42. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-1-39-42>

**The Formation of Multiple Identities
in the Digital Environment**

N. G. Ustyantsev

Nikita G. Ustyantsev, Stolypin Volga Region Institute of Administration of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 23/25 Sobornaya Str., Saratov 410031, Russia, nikyst.55@gmail.com

This article discusses the development of the digital environment and the sphere of human activity associated with the qualitative transition to new forms of reflection. The author analyzes the formation of digital reality from the point of view of cultural and communication phenomena. The analysis of multiple identity and its interaction with the digital space is presented, actualizing the problems of control, transformation and modification of the identification processes. A significant factor affecting the dynamic modification of the digital environment and individual identity is creativity that involves finding innovative solutions to the tasks, and the reformulation of the existing problems. Creative thinking in conjunction with the creation of new tools leads to the constant updating of knowledge and skills that affect both everyday experience and the integrity of ideas about the world. Variability of cognition and functioning of the digital space leads to the formation of a variety of self-identification practices of the individual both at the collective level through the recogni-

tion, and at the individual level through the adoption of identifiers. Condition of uncertainty and heterogeneity of digital media affect the formation of new values for the individual, which leads to the transformation of personal identity, self-determination experience and self-determination in a constantly moving digital environment.

Keywords: identity, digital society, social management, creativity, multiplicity.

References

1. Kastel's M. *Galaktika Internet: razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve* [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society]. Ekaterinburg, 2004. 328 p. (in Russian).
2. Lapshin A. O. About the Word and the Number. *Vlast' [Power]*, 2017, no. 8, pp. 7–9 (in Russian).
3. Florida R. *Kreativnyy klass: lyudi kotoryye menyayut budushcheye* [Creative Class: People Who Change the Future]. Moscow, 2007. 421 p. (in Russian).
4. Skibitskiy M. M. The Information Age and the New Economy in the Works of Manuel Castells. *Mir novoy ekonomiki* [World of New Economy], 2015, no. 4, pp. 62–68 (in Russian).
5. Taylor Ch. *The Ethics of Authenticity*. Cambridge, 1992. 142 p.

Cite this article as:

Ustyantsev N. G. The Formation of Multiple Identities in the Digital Environment. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2019, vol. 19, iss. 1, pp. 39–42. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-1-39-42>
