

УДК 101.1:316

**ОТ ИНДИВИДУУМА К ДИВИДУУМУ:
К ВОПРОСУ О МНОЖЕСТВЕННЫХ ИДЕНТИЧНОСТЯХ
В ВИРТУАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ**

Голубинская А.В.

В статье предпринята попытка социально-философского анализа проблемы многослойного конструирования идентичности человека в виртуально-информационной среде. Автор предлагает научную модель «аутодиалог» как инструмент рефлексии современного человека. Так происходит символическое расщепление личности, в результате чего реальное и референтное «Я» отчуждаются и становятся участниками символического диалога. неделимый индивидуум становится делимым, что позволяет осмыслить виртуальную среду коммуникаций как арену для формирования метаидентичности, поиска личностью идентичности со своим виртуальным двойником.

Ключевые слова: дивидуум, виртуальная информационная среда, идентичность, виртуальная личность, мультиидентичность, метаидентичность.

**FROM INDIVIDUUM TO DIVIDUUM:
ON THE QUESTION OF MULTIPLICITY OF IDENTITIES
IN VIRTUAL ENVIRONMENT**

Golubinskaya A.V.

The article is aimed to analyse the problem of the multilayer construction of identity in virtual environment. The author proposes to use the scientific model of “autodialogue” as a tool of reflection of a modern man. It helps to conclude that symbolic splitting of personality in virtual environment makes the gap between the real and the referential Ego, and both parts of personality start participating in the symbolic dialogue. The indivisible individuuum becomes dividuum, which allows comprehending the virtual communications environment as the place for the formation of metaidentity, the individual identity with real and virtual personalities.

Keywords: *dividuum, virtual environment, identity, virtual personality, multiidentity, metaidentity.*

Человек познаёт себя в виртуальной информационной среде через конструирование своей виртуальной личности. «Я» человека становится раздробленным: его «отражение» – вовсе не отражение, оно намного ближе к личностным идеалам, чем само «Я». Виртуальную личность можно наделять любым набором качеств и характеристик. Это применимо как к духовной и интеллектуальной составляющим (вкусы, мнения), так и к физической (тело можно изменить, заменить). С этой точки зрения, виртуальная личность – это идеальное «Я» человека, имеющее с реальным «Я» достаточно произвольную связь. Человек волен показывать виртуальному сообществу те события своей жизни, которыми желает поделиться, которые определяют его как человека успешного (самостоятельного, семейного, артистичного, богатого – в зависимости от качеств его идеального «Я»). Так автор становится своим собственным читателем, он как бы ведёт с собой особую форму диалога, форму солилоквиума, пользуясь языком средневековой философии, или форму аутодиалога. *Аутодиалог* – это диалог интраперсональный, то есть происходящий в пределах одной персоны.

Аутодиалог видится нам новой моделью рефлексирования: человек может не просто смотреть на себя со стороны, но и свободно конструировать при помощи тех или иных знаков собственные виртуальные личности, каждая из которых может раскрывать отдельные аспекты его «Я». При таком рассмотрении виртуальная личность выступает в качестве совокупности знаков, она носит характер гиперсимвола, зафиксированного в общественном сознании конкретной культуры. Виртуальная личность подчиняется всем законам знака, и в условиях глобализации виртуальная личность рискует потерять связь с денотатом и стать симулякром личности. Иными словами, идеальное «Я» человека отрывается от реального и существует в природе другого порядка, подчиняясь законам другого порядка.

Так большинство обыденных пользователей тиражируют информационные сущности, волоча за собой в пути по киберпространству массивный шлейф копий. Достигаемая в виртуально-информационной среде идентичность с этой точки зрения представляет собой компиляцию фрагментов освоенного им инфомакрокосмоса. Я-идеальное выстраивается из готового материала, подобно своеобразной семиотической мозаике: выражение своих мыслей приравнивается к комбинации мыслей чужих, пользователь не высказывается, но соглашается, кивает, присоединяется, что создаёт иллюзию социокультурной сопричастности.

Репост-идентичность, достигаемая за счёт вторичной публикации контента как социальное явление, отвечает специфике общественных отношений в эпоху постмодерна. Репост (у некоторых исследователей – «перепост») – акт информационной трансляции, в котором заключено как преумножение копий, так и полная симуляция личностной семантики человека. Академическая интерпретация этого феномена ещё слаба, и в границах данного исследования не была поставлена задача по заполнению этих пробелов, однако, отметим некоторые нюансы.

Во-первых, репост-идентичность потенциально является «пилюлей для собственной совести, как возможность компромисса между морально-этическими принципами и собственной пассивностью» [6, с. 24]. Здесь мы занимаем ту же позицию, что описывали ранее в контексте аутодиалога: элементы виртуальной информационной среды выступают для материала ваяния референтного «Я» человека.

Во-вторых, уместно упомянуть идею, оформленную Ю. Кристевой как теория интертекстуальности: репост представляет собой те самые «цитации», «раскавыченные» тексты, распознавание которых совсем не обязательно [5, с. 69]; «общественные тексты», которые даже при формальном авторе являются компиляциями прежних текстов [9, р. 36-63].

Итак, идентичности меняются, как наряды, в соответствии с требованиями контекста, и тело человека освобождается от

преопределённостей. Личность не является, а становится, и непрерывное становление становится её перманентным состоянием. Движение от исходной точки к цели, от реального к идеальному исчезает, вместо того появляется идея сохранения мнимой референтности. Более того, допустимо обладание несколькими, противоречивыми идентичностями, между которыми может не быть одной базовой, управляющей инстанции.

Примат виртуального над данным, Я-идеального над Я-реальным, можно обозначить как «виртуальный идеализм», вкладывая в этот термин ту же полемику современного мира, что вложили А. Крокер и М.А. Вайнштейн во фразу «воображение разрастается, а окружающая среда и инфраструктура деградируют – это месь материи» [3, с. 70], и как позже это было осмыслено В.А. Кутырёвым: «Окончательное онтологическое торжество идеализма связано с возникновением виртуальных реальностей. В них материальная субстанция заменяется отношениями и функциями, причем опосредованными, чужими, в которые человек вовлекается одним сознанием» [4, с. 203].

В условиях диффузии данности и идеальной реальности, символически выраженной в виртуальной информационной среде, сознание человека оказывается «раздробленным» между несколькими персонами, ограниченными пределами одной личности. Термин «индивидуум» принято понимать как неделимое основание человека (*homo individuum* – человек неделимый). Здесь же идёт речь о человеке делимом, о *дивидууме*. Можно упомянуть замечание А.Г. Дугина: такие явления «еще остаются в границах индивидуальности, но опрокидывают представление об индивидуальности как о чем-то целом» [1, с. 79]. Действительно, диалог с референтной культурой может происходить независимо от реального места нахождения её носителя: российские граждане, проживающие в других странах, ведут русскоязычные текстовые и видео-блоги и с точки зрения виртуального топоса находятся в русскоязычном пространстве сети. Так личность может обладать идентичностью одной культуры по эту сторону экрана, а по ту сторону экрана – совсем другой. Иными словами, идентичности человека сосуществуют в форме плурархии («власть всех», в

противовес анархии).

Сегодня во все сферы социального знания проникает термин BigData, «большие данные», за которым стоит совокупность представлений о возросшем объеме и возросшей скорости передачи данных с участием различных, в том числе машинных, источников [7]. Сотрудник Института проблем информатики РАН К.К. Колин отмечает, что объем информации в мире составляет «порядка 130 ГБ на каждого жителя нашей планеты» [2, с. 14]. Предположительно, это число является результатом деления общего объема мировой информации на количество населения. Однако информация не является предметом природы ньютоновской физики: если человек ест яблоко, то это взаимодействие уникально, и нигде в другом месте, ни в какое другое время то же самое яблоко не может быть съедено ни кем другим. Информация, в отличие от яблок, доступна «здесь и сейчас», «здесь и потом» и «там и потом» более чем одному человеку (особенно в виртуально-информационной среде). И если каждая информационная единица представляет собой подобный объект, то на одного жителя планеты приходится не частное от всего объема информации, а непосредственно весь объем информации. Сложно представить, насколько крупным это число может оказаться. Ещё сложнее представить то, как человек способен взаимодействовать с таким объемом, особенно когда психологи устанавливают лимит запоминания информации числом элементов формулой « 7 ± 2 » [8].

Для данной статьи упомянутые тезисы выполняют иллюстративную функцию: число возможных взаимодействий человека с информацией настолько велико, что в пределах интересов данной статьи сводится к бесконечности. В то же время, чем динамичнее развивается сообщество, тем быстрее требуется реакция от членов сообщества, в результате чего за маркерами идентичности может совершенно ничего не стоять. Именно так можно описать то, что случилось с идеей популяризации в глобальной сети любви к литературе: социальные сети стали наполняться высказываниями по типу «Эрих Мария Ремарк – моя любимая писательница». Этот символ ради

символа, конструктор мнимых идентичностей, попавшийся на крючок обыденного языкового мышления, в лучшей форме иллюстрирует проблему множественных идентичностей. Можно привести и другой пример, не в лучшем смысле прославивший юношу и его признание в любви к Родине: «Я – настоящий патриарх своей страны». На наш взгляд, эти примеры, несмотря на всю трагикомичность ситуации, выражают вполне естественную реакцию человеческого сознания на работу с непосильно объёмными данными в критически сжатые сроки: маркер идентичности нужен «здесь-и-сейчас».

Если в общем смысле идентичность подразумевает некое рациональное подражание, то мультиидентичность – это то многоуровневый лабиринт взаимных отражений и подражаний. Более того, в условиях отрыва символического выражения личности от оков физического мира, появляется совершенно новая проблема: человек оказывается в поиске идентичности не с некой социальной группой, а со своей же виртуальной личностью. Здесь можно говорить о метаидентичности, то есть идентичности, обращённой к себе самому, к своей же «отделённой» личности.

Все эти теоретические нагромождения, формулируемые в современной социальной философии, обращены к вполне конкретным проблемам. Современный человек устойчиво находится в пограничном состоянии. Окружающий его мир – это мир терпимости, единства, принятия, компромиссов, игнорирования инаковости на всех её уровнях. Однако, именно инаковость всегда служила инструментом определения символических границ между группами. Идентичность – это в то же время и результат принятия отличий, а не только сходств. Отказ от инаковости влечёт отказ от исключительности, в том числе – от исключительной идентичности. Это, в свою очередь, приводит к сдвигам в привычных программах формирования нормативного, аксиологического и в целом общественного сознания.

Список литературы:

1. Дугин А.Г. Постфилософия. Три парадигмы в истории мысли. М.: Евразийское движение, 2009. 744 с.
2. Колин К.К. Структура реальности и философия информации // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 3. С. 13-26
3. Крокер А. Вайнштайн М.А. Политическая экономия виртуальной реальности: панкапитализм // Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 3. Виртуальные реальности и современный мир. М., 1997. С. 25-31.
4. Кутырев, В. А. Заколдованные прогрессом: сборник статей. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 445 с.
5. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 240 с.
6. Родыгина С.Н. Перепост как индикатор снижения аксиологического статуса личности в культуре постмодернизма: философский аспект // Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современной науки и образования». Киров: Издательство ООО «Веси», 2014. С. 22-25.
7. Фрэнкс Б. Укрощение больших данных. Как извлекать знания из массивов информации с помощью глубокой аналитики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 352 с.
8. George A. Miller. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two // *The Psychological Review*. 1956. Vol. 63. P. 81-97.
9. Kristeva J. *Desire in language: A semiotic approach to literature and art*. New York: Columbia University Press, 1980. 305 p.

Сведения об авторе:

Голубинская Анастасия Валерьевна – аспирант кафедры философии факультета социальных наук, младший научный сотрудник Института открытого образования, Национальный исследовательский Нижегородский

государственный университет им. Н.И. Лобачевского (Нижний Новгород, Россия).

Data about the author:

Golubinskaya Anastasia Valerievna – graduate student of Philosophy Departmentt, Faculty of Social Sciences; junior researcher of Open Education Institute, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod, Russia).

E-mail: golub@ioo.unn.ru.