

ДИСКУССИЯ

УДК 101.1:316 + 004.946 + 004.358

DOI: 10.32326/2618-9267-2022-6-1-6-15

AB OFFLINE IN ONLINE ET RETRO OFFLINE: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЦИФРОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Пеннер Регина Владимировна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии, Южно-Уральский государственный университет. Российская Федерация, 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76;
e-mail: pennerrv@susu.ru

Современный человек планирует между офлайн и онлайн; в онлайн он оформляет свои identities. Некоторые данные пользователи интернета способны контролировать, так как они сами вносят их в сеть; другие данные выходят из-под контроля, так как механизм их попадания в сеть непрозрачен (например, операции транзакции). Тем самым сегодня в интернете из пула big data оформляются identities, что стартуют от персональных данных конкретного пользователя, но дальше движутся по своей особой траектории, этим пользователем не контролируемой. Актуальность идеи цифровой идентичности может быть выражена вопросом: где заканчивается идентичность живого конкретного человека и начинается идентичность агентов, не обладающих человеческой природой, но сформированных из данных об этом человеке? Феномен цифровой идентичности двучастный. В антропологической рамке он фиксирует идентичность человека в цифровых реалиях и пересекается с исследованиями сетевой идентичности в современной отечественной гуманитаристике (Г.Л. Тульчинский, Е.О. Труфанова, А.А. Лисенкова). В контексте размышлений о технике и цифровых технологиях как актантов актуализируется вопрос об их идентичности и identities информационных массивов, с необходимостью не имеющих аналогов в реальном мире (О. Горюнова). Чтобы избежать смешения и смыслового пересечения контрарных частей цифровой идентичности как исходного целого, необходима философская рефлексия в отношении самой идеи и частных феноменов, её выражающих.

Ключевые слова: социальная идентичность, социальное признание, А. Хоннет, цифровая идентичность, цифровая эпоха, современные технологии, цифровой субъект, big data

Цитирование: Пеннер Р.В. Ab offline in online et retro offline: социально-философская интерпретация цифровой идентичности // Цифровой учёный: лаборатория философа. 2023. Т. 6. № 1. С. 6-15.. DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-1-6-15

Рукопись получена: 13 февраля 2023

Пересмотрена: 23 марта 2023

Принята: 28 марта 2023

AB OFFLINE IN ONLINE ET RETRO OFFLINE: SOCIO-PHILOSOPHICAL INTERPRETATION OF DIGITAL IDENTITY

Regina V. Penner – PhD in Philosophy, associate professor, Department of Philosophy, South Ural State University. Lenin Ave. 76, Chelyabinsk, 454080, Russian Federation; e-mail: pennerrv@susu.ru

A modern person flows between offline and online; he or she draws up their identities online. Internet users are able to control some data, because they themselves contribute them to the Internet; other data gets out of the control, because the mechanism of their being in the Internet is opaque (for instance, transaction processing). Thus, today on the Internet, identities are formed from the Big Data that “start” from the personal data of a particular user, but then move along their own special trajectory that is not controlled by this user. The relevance of the idea of digital identity can be expressed by the question of where the identity of a living concrete person ends and the digital identity begins, i.e. the identity of agents, who do not have human nature, but are formed from data about this person. The phenomenon of digital identity is two-part. In an anthropological framework, it captures the identity of a person in digital realities; it intersects with studies of network identity in the modern Russian Humanities (Grigory L. Tulchinsky, Elena O. Trufanova, Anastasia A. Lisenkova). The context of thinking about digital technologies as agents actualizes (Olga Goryunova) the question of their identity and identities of data, which necessarily have no analogues in the real world. To avoid confusion and semantic intersection of the opposite parts of the digital identity, philosophical reflection is necessary in relation to the idea itself and the particular phenomena that express it.

Keywords: social identity, social recognition, A. Honneth, digital identity, digital age, modern technologies, digital subject, big data

How to cite: Penner R.V. (2023). *Ab offline in online et retro offline: Socio-philosophical interpretation of digital identity. The Digital Scholar: Philosopher's Lab, 6 (1): 6-15.. DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-4-6-15 (In Russian).*

Received: 13 February 2023

Revised: 23 March 2023

Accepted: 28 March 2023

*Теоретический и методологический контексты
исследования идентичности в пространстве цифрового*

Современная техника (мобильные гаджеты) и технологии (социальные сети) обеспечивают дифракцию, фактическое рассеяние,

цифровых образов. Именно интернет сегодня становится той средой, в которой человек заявляет о себе, «выкрикивает» своё я. Это происходит в процессе собирания своих сообщений, реакции на сообщения других. В сети человек оставляет множество следов и впечатлений. В различных «выкриках» в сети происходит разделение субъекта. В одном из своих эссе Р. Барт замечает, что разделение личности на контрарных начала («высокое/низкое, плоть/дух, небо/земля») легитимировано в контексте классической метафизики; смысл «Человека» рождался как раз в соединении разнородных инстанций (Барт, 2002, с. 161). Вместе с тем, современный человек, по Р. Барту, является «разделённым субъектом», ему характерно не противоречие, но дифракция, «когда не остаётся ни ядра, ни смысловой структуры» (Там же).

То «рассеяние», что стимулирует частотное вхождение в интернет, ставит проблему цифровой дифракции. Проблема дифракции сопряжена с вопросом о том, как цифровое меняет практики существования человека. Это вопрос о том, как в этих условиях существовать, принимая их как неустранимый факт — неустранимый потому, что вне цифрового контекста существовать сегодня уже невозможно: цифра как будто проникла всюду, и вместе с тем нахождение в цифре привычно и удобно.

В антропологической фокусировке на цифровой идентичности важным представляется обращение к теории социального признания, сформулированной представителем третьего поколения Франкфуртской школы А. Хоннетом.

Согласно А. Хоннету, признание всегда начинается с конкретного человека, а заканчивается социальным целым. Отсюда — выражение «моральная грамматика социальных конфликтов» в переводе с английского. По А. Хоннету, признание конституируется тремя само-: самоуверенностью, самоуважением и самолюбием (Honneth, 1995, р. 13). Идентичность, в свою очередь, тесно переплетена с социальным признанием, формирование самостоятельной свободной личности завязано на трёх само- как способах практического отношения субъекта к себе и внешнему миру.

В цифровом контексте возможна опора на теорию социального признания при анализе форм презентаций, которые социальный субъект использует в сети интернет. Важно оговориться, что А. Хоннет акцентирует внимание на социальной борьбе за признание (точнее, борьбе в распределении социальных благ) отдельных индивидов и групп. Социальное благо — это достаточно ёмкое понятие, представленное одновременно материальным и символическим капиталом. Сегодня в интернете также разворачивается борьба; в определённом смысле целью этой борьбы остаётся социальный капитал, в котором всё же на поверхности превалирует символическое (лайки, упоминания, репосты).

Презентации человека в сети

Вариантами выражения социальной борьбы за признание в интернете являются так называемые цифровые формы репрезентации субъекта. По отношению к степени выражения субъектом себя в своих сообщениях можно выделить две ключевые формы:

1. Клиповая («клиповое сознание» (Гиренок, 2022)) – это форма презентация человека в сети, представленная короткими сообщениями, яркими «выкриками». Как кажется, наиболее известной платформой подобных «выкриков» сегодня является *TikTok*, где профессиональные и непрофессиональные блогеры заявляют («выкрикивают») о себе и этот «выкрик» может быть услышан миллионами подписчиков. При создании этих видео они могут не ставить целью обозначить свою позицию; это вариант своеобразного заработка (денег или внимания) на публичной демонстрации любой детали из своей повседневной жизни. Вместе с тем есть в этих видео разные варианты по содержанию. Тезис о «выкриках» за признание не всегда может быть справедлив по отношению к тем тиктокерам, которые как в индустрию вовлечены в деятельность по созданию видео. Но есть и те, кто вне этой индустрии создаёт видео и размещает их на сервисе. Зачастую им хочется о себе рассказать, хочется «докричаться» до другого так, чтобы их узнавали.

2. Нарративная («нарративная идентичность» (Рикёр, 2008; Арендт, 2000)) – это форма презентации человека в сети, которая, в свою очередь, связана с некой генерализующей идеей «выкрикивающего», отражающей его мировоззрение. Носителями генерализующей идеи в Рунете можно назвать видеоблогеров Николая Солодникова (@Solodnikov)¹ и Евгения Баженова (@TheBadComedian)².

Как и клиповую, нарративную форму репрезентации составляют «выкрики» человека в сети. Принципиальное отличие в том, что в каждом таком «выкрике» звучит одна и та же идея, которую можно условно обозначить генерализующей. Генерализующая идея есть квинтэссенция идентичности субъекта, выражение человеком своей ценностной позиции в мире, своего видения мира, принципов и приоритетов.

Может показаться, что клиповая и нарративная формы репрезентации субъекта в сети как будто противопоставлены друг другу по смыслу. Но это не совсем так. В каждом своём сообщении в интернете человек заявляет о себе, в том числе посредством «выкрика». Противопоставление этих форм репрезентации лежит скорее в плане темпоральности, нежели смысла. Иными словами, при очередном «выкрике» тиктокера или видеоблогера в сети происходит нарративизация себя. Временной ограничитель не позволяет

¹ Некоторые из блогов @Solodnikov размещены в социальных сетях, признанных в России экстремистскими и запрещёнными законодательством РФ.

² Некоторые из блогов @TheBadComedian размещены в социальных сетях, признанных в России экстремистскими и запрещёнными законодательством РФ.

представителю клиповой формы внятно заявить о себе, представить себя так, чтобы возможно было считать его генерализующую идею. И наоборот, гибкий во времени формат роликов на *YouTube* позволяет видеоблогерам донести до своих подписчиков некую цельную идею и повторять её в следующих роликах в новых контекстах. Тем не менее открытым остаётся вопрос о том, как современному человеку, который активно пользуется цифровыми технологиями, сохранить идентичность человека.

Всё это позволяет говорить о трансформации идентичности в цифровую эпоху. Этой теме посвящена работа А.А. Лисенковой (Лисенкова, 2020). В числе прочего отечественный культуролог отмечает распространение форм публичной нарративизации субъектов социальных практик, что связано с цифровизацией общества и последующей глобализацией информационного пространства. Тема публичности нарративов субъектов о себе становится предметом размышлений и в других работах автора (Лисенкова, 2021). А.А. Лисенкова противопоставляет реальную идентичность виртуальной, реальное Я – цифровому. Это позволяет автору выйти на новый смысловой конструкт – цифровая публичная идентичность, то есть некий автопроект, который, с одной стороны, сконструирован человеком в цифровом пространстве, а с другой – диктует правила и направления поведения человека уже в пространстве фактической, не виртуальной, реальности.

С проникновением интернета в большинство социальных сфер и с вхождением масс в интернет мы столкнулись с ситуацией, которая в дискурсе Е.О. Труфановой обозначена как «бегство из сети» (Труфанова, 2021a; Труфанова, 2021b). Если ещё в 2000-х гг. человек шёл в интернет, дабы на время освободиться от социальных ролей и масок, то сегодня, по мысли философа, у пользователя интернета нет права на анонимность. О том, кто он, этот пользователь, говорит сегодня практически всё: от IP-адреса до финансовых счетов и официального аватара в социальной сети или на рабочей странице. Подобный поворот в сторону тотального знания о пользователе лишил его права на приватность в интернете, сократил пространства, в которых он может побыть наедине с собой, наделил его тотальной ответственностью перед всем миром за все свои сообщения, «выкрики» в сети.

Речь идёт уже не только об индивидуальной или персональной идентичности, ставится вопрос о так называемой сетевой идентичности. Е.О. Труфанова определяет сетевую идентичность как «не самостоятельный, существующий отдельно Я-образ или образы, это продолжение его идентичности, которое не только расширяет часть его существующих в офлайн-мире идентификаций, но и создаёт новые идентификации, например с определёнными онлайн-сообществами» (Труфанова, 2021a, с. 22).

Итак, сетевая идентичность становится новым элементом в букете идентичностей человека. Она отвечает за цифровые образы Я и за те связи, которые протянулись между мирами реальным и вир-

туальным. Тем не менее, каким бы цифровизированным ни был феномен сетевой идентичности, в его ядре остаётся человек. Поэтому этот сюжет кажется логичным завершить словами Г.Л. Тульчинского: «Социальная культура – чтобы развиваться и воспроизводиться в сознании и поведении личности – должна быть уже реализована в некоторой степени личностью. В то же время необходимым условием развития личности в культурном процессе является её активная роль в этом процессе» (Тесли, Золян, Тульчинский (ред.), 2022, с. 321).

Идентичность и цифровой субъект

Вместе с проблемой сетевой идентичности в социально-гуманитарном дискурсе сегодня возникает идея цифрового субъекта. По мысли О. Горюновой, профессора в сфере новых медиа (Royal Holloway University of London), цифровой субъект занимает промежуточное положение между реальным человеком и информационными данными о нём (Goriunova, 2019). Исследование цифрового субъекта она реализует в дискурсе практик власти М. Фуко. С одной стороны, сам реальный человек управляет своим цифровым образом, размещая информацию о себе в сети. С другой стороны, феномен big data начинает доминировать над мнением, в некоторых случаях – поведением человека, в тех случаях, когда оценки реальных покупателей или избирателей собираются, объединяются, а маркетологи создают из них «идеального покупателя», чье мнение обладает авторитетом в рамках сети. Речь уже идёт не о непосредственном контроле через заключение, например, (Фуко, 1999), но об информационном контроле (Делёз, 2004), утонченных практиках наблюдения и культивации определенной покупательной или избирательной моделях поведения.

Сегодня мы наблюдаем динамику в смысловой рамке идентичности как таковой. Сам термин «идентичность», соединяясь с прилагательным «цифровая», как будто возвращается в изначальный математический контекст, из которого он был изъят. Только сегодня речь часто идёт не об идентичности чисел, а об идентичности больших информационных потоков, *big data*. В современном исследовательском поле утверждаются два вектора в исследованиях цифровой идентичности: юридический и математический. Исследования обоих направлений двигаются в сторону аналитики нормативной информации и цифровых отпечатков. Размышления о цифровой идентичности вышли из антропологической рамки – это больше размышления не об идентичности человека, а об информационных потоках, посвящённых ему. Так, К. Салливан отмечает, что термин «цифровая идентичность», изначально вышедший из закрытого дискурса программистов, в последнее десятилетие стал общеупотребимым. Вместе с тем, что термин понятен широкой аудитории, актуализируются нормативные вопросы, которые отображают его специфику как юридического концепта (Sullivan, 2018).

А. Бедуши также фокусирует внимание на нормативном аспекте цифровой идентичности (Beduschi, 2019, web). Однако сам феномен интересует её в большей степени в прикладном аспекте, как альтернатива так называемым физическим документам. Со ссылкой на данные Всемирного банка она утверждает, что сегодня у миллиарда людей по всему миру отсутствуют официальные документы. Следовательно, цифровая идентичность как цифровая копия конкретных документов может стать технологическим ответом в сложившейся ситуации. В свою очередь, А. Мартин связывает актуальность цифровой идентичности или «оцифровки идентичности» с пандемией COVID-19 (Martin, 2021, p. 104). В числе причин этой связи он называет внимание к цифровой социальной защите во время пандемии, появление цифровых сертификатов о вакцинации. Всё это связано с персональными данными, которые человек в условиях пандемии был вынужден демонстрировать для того, чтобы иметь право находиться в публичном месте. На основе анализа индийского проекта *Aadhaar* А. Мартин заключает, что восстановление национальной экономики после пандемии должно «поддерживаться надёжными инфраструктурами цифровой идентификации» (Martin, 2021, p. 107).

Loco concludendi: цифровая «Грета Тунберг»

Предложенное теоретическое исследование демонстрирует как минимум неоднозначность феномена цифровой идентичности. Безусловно, он тесно связан с социальной идентичностью; в последних отечественных исследованиях всё чаще предстаёт аналитика сетевой идентичности. Оба термина тем или иным образом конструируются вокруг реального человека. Тем не менее в англоязычном исследовательском дискурсе растёт количество работ, авторы которых связывают цифровую идентичность с оцифрованными данными о человеке. Они говорят о цифровых образах, которые порождаются путём дифракции и получают относительную независимость от своего создателя.

Среди прочих в информационном пространстве сегодня функционирует образ, созданный Гретой Тунберг, юной экоактивисткой из Швеции. Этот образ вызывает много вопросов. Наверное, среди них ключевые: кто из них реальнее – школьница из Стокгольма или яростная экоактивистка, которая пересекла Атлантический океан на парусной яхте, чтобы выступить на саммите ООН в Нью-Йорке; идентичны ли реальный человек и его цифровой образ друг другу? Иллюстрация с Гретой Тунберг проблематизирует феномен идентичности, в том числе персональной идентичности в цифровых реалиях. Представляется, что реальный человек и списанный с него цифровой образ сосуществуют сегодня на паритетных началах. Однако сам прецедент ставит перед нами несколько вопросов, актуальных в контексте размышлений о том, кто кем управляет – экоактивистка своим информационным образом или наоборот. Как

кажется, философская рефлексия обладает необходимым потенциалом, чтобы осмыслить феномен цифровой идентичности, то есть развести антропологическое и актантное начала в нём и сделать связи между ними прозрачными.

Информация о финансировании исследования

Работа выполнена при поддержке гранта Президента РФ для молодых учёных – кандидатов наук МК-2592.2022.2 «Цифровая антропология: теоретические и прикладные аспекты».

Funding

The research was supported by the grant of the President of the Russian Federation for young scientists-PhDs МК-2592.2022.2 “Digital Anthropology: Theoretical and Applied Aspects”.

Информация о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Declaration of Conflicting Interests

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Список литературы

Арендт, 2000 – *Арендт Х. Vita active, или О деятельной жизни.* СПб.: Алетейя, 2000. 437 с.

Барт, 2002 – *Барт Р.* Ролан Барт о Ролане Барте. М.: Ad Marginem; Сталкер, 2002. 288 с.

Гиренок, 2022 – *Гиренок Ф.И.* Клиповое сознание. М.: Проспект, 2022. 256 с.

Делёз, 2004 – *Делёз Ж.* Post Scriptum к обществам контроля: Переговоры. СПб: Наука, 2004, 235 с.

Тесли, Золян, Тульчинский (ред.), 2022 – Идентичности: семиотика репрезентации и прагматика позиционирования / Ред. А.А. Тесли, С.Т. Золян, Г.Л. Тульчинский. Калининград: Издательство БФУ им. И. Канта, 2022. 347 с.

Лисенкова, 2020 – *Лисенкова А.А.* Трансформация идентичности в цифровую эпоху // Вопросы философии. 2020. № 3. С. 65-74.

Лисенкова, 2021 – *Лисенкова А.А.* Цифровой сторителлинг и микронарративы – новые формы репрезентации персонального опыта и коллективного творчества // Слово.ру: балтийский акцент. 2021. Т. 12. № 2. С. 45-52. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2021-2-3>

Рикёр, 2008 – *Рикёр П.* Я сам как другой. М.: Изд-во гуманитарной литературы, 2008. 416 с.

Труфанова, 2021a – *Труфанова Е.О.* Приватное и публичное в цифровом пространстве: размывание границ // Galactica Media: Journal of

Media Studies. 2021. Т. 3. № 1. С. 14-38.
<https://doi.org/10.46539/gmd.v3i1.130>

Труфанова, 2021b – *Труфанова Е.О.* Эскапизм: между природой и культурой // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2021. № 1. С. 125-134. <https://doi.org/10.37482/2287-1505-V081>

Фуко, 1999 – *Фуко М.* Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М.: Ad Marginem, 1999. 480 с.

Эриксон, 1996 – *Эриксон Э.Г.* Детство и общество. СПб.: Ленато, АСТ, Фонд «Университетская книга», 1996. 592 с.

Beduschi, 2019, web – *Beduschi A.* Digital identity: contemporary challenges for data protection, privacy and non-discrimination rights // *Big Data and Society*. 2019. Vol. 6. No. 2. Retrieved February 13, 2023, from <https://doi.org/10.1177/2053951719855091>

Goriunova, 2019 – *Goriunova O.* The digital subject: people as data as persons // *Theory, Culture and Society*. 2019. Vol. 36. No. 6. Pp. 125-145. <https://doi.org/10.1177/0263276419840409>

Honneth, 1995 – *Honneth A.* The Struggle for Recognition: the Moral Grammar of Social Conflicts. N. Y.: Polity Press, 1995. 215 p.

Martin, 2021 – *Martin A.* Aadhaar in a box? Legitimizing digital identity in times of crisis // *Surveillance and Society*. 2021. Vol. 19. No. 1. Pp. 104-108. <https://doi.org/10.24908/ss.v19i1.14547>

Sullivan, 2018 – *Sullivan C.* Digital identity – From emergent legal concept to new reality // *Computer Law and Security Review*. 2018. Vol. 34. No. 4. Pp. 723-731. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.05.015>

References

Arendt, H. (2000). *Vita active, or About active life*. Aleteyya Publ. (In Russian)

Barthes, R. (2002). *Roland Barthes about Roland Barthes*. Ad Marginem Publ., Stalker Publ. (In Russian)

Beduschi, A. (2019). Digital identity: contemporary challenges for data protection, privacy and non-discrimination rights. *Big Data and Society*. 6(2). Retrieved February 13, 2023, from <https://doi.org/10.1177/2053951719855091>

Deleuze, G. (2004). *Post Scriptum to Societies of Control: Negotiations*. Nauka Publ. (In Russian)

Erikson, E. H. (1996). *Childhood and Society*. Lenato Publ., AST Publ., University Book Foundation. (In Russian)

Foucault, M. (1999). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Ad Marginem Publ. (In Russian)

Girenok, F. I. (2022). *Clip Consciousness*. Prospekt Publ. (In Russian)

Goriunova, O. (2019). The digital subject: people as data as persons. *Theory, Culture and Society*, 36(6), 125-145. <https://doi.org/10.1177/0263276419840409>

Honneth, A. (1995). *The Struggle for Recognition: the Moral Grammar of Social Conflicts*. Polity Press.

Teslja, A. A., Zoljan, S. T., Tul'chinskij G. L. (Eds.) (2022). *Identities: Semiotics of Representation and Pragmatics of Positioning*. Kant Baltic Federal University Publ. (In Russian)

Lisenkova, A. A. (2021). Digital storytelling and micronarratives – new forms of representation of personal experience and collective creativity.

Slovo.ru: Baltic Accent, 12(2), 45-52. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2021-2-3> (In Russian)

Lisenkova, A.A. (2020). Transformation of identity in the digital age. *Issues of Philosophy*, 3, 65-74. (In Russian)

Lisenkova, A.A. (2021). *Transformation of socio-cultural identity in the digital space*. Perm State Institute of Culture Publ. (In Russian)

Martin, A. (2021). Aadhaar in a box? Legitimizing digital identity in times of crisis. *Surveillance and Society*, 19(1), 104-108. <https://doi.org/10.24908/ss.v19i1.14547>

Ricoeur, P. (2008). *Oneself as Another*. Humanitarian Literature Publ. (In Russian)

Sullivan, C. (2018). Digital identity – from emergent legal concept to new reality. *Computer Law and Security Review*, 34(4), 723-731. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.05.015>

Trufanova, E.O. (2021). Escapism: between nature and culture. *Bulletin of North (Arctic) Federal University. Humanitarian and Social Sciences*, 1, 125-134. <https://doi.org/10.37482/2287-1505-V081> (In Russian)

Trufanova, E.O. (2021). Private and public in the digital space: blurring the boundaries. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3(1), 14-38. DOI: <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i1.130> (In Russian)