

УДК 159.923.2+004.946

DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-1-16-23

ЦИФРОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ПАМЯТИ

Артамонов Денис Сергеевич – кандидат исторических наук, доцент, докторант кафедры теоретической и социальной философии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет. Российская Федерация, 410028, г. Саратов, ул. Вольская, д. 10а, корп. 12, ком. 114; e mail: artamonovds@mail.ru, ORCID: 0000-0001-8689-1948

Статья посвящена рассмотрению возможностей социально-философской интерпретации цифровой идентичности в контексте подходов к исследованию цифровой памяти. Погружение человека в цифровую среду неизбежно меняет способы конструирования его идентичности, однако зависимость самоидентификации от представлений о прошлом сообщества сохраняется. Коллективная память точно так же определяет идентичность человека, как и его индивидуальные воспоминания. Цифровая идентичность – это не только оставляемые человеком цифровые следы, представляющие собой зафиксированные и оцифрованные воспоминания, но и подвергшаяся цифровизации социальная память. Сегодня исследователи говорят о появлении цифровой памяти, под которой они понимают механизм конструирования, хранения и воспроизводства коллективных представлений о прошлом при помощи цифровых технологий и социальных медиа. Цифровая идентичность зависит от контекста цифровой памяти, так как формирование образа человека, в том числе и сетевого, определяется его воспоминаниями. В цифровой среде память конструируется на пересечении личного и общественного, а также подвергается влиянию используемых информационных технологий и машинных алгоритмов. Цифровые технологии способствуют конвергенции индивидуальных воспоминаний и коллективных представлений о прошлом, что становится основой формирования цифровой идентичности.

Ключевые слова: цифровая идентичность, цифровая память, цифровая эпоха, представления о прошлом, воспоминания, «пузырь фильтров», таргетинг

Цитирование: Артамонов Д.С. Цифровая идентичность в контексте цифровой памяти // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2023. Т. 6. № 1. С. 16-23. DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-1-16-23

Рукопись получена: 27 марта 2023

Пересмотрена: 10 апреля 2023

Принята: 12 апреля 2023

DIGITAL IDENTITY IN THE CONTEXT OF DIGITAL MEMORY

Denis S. Artamonov – PhD in History, Associate Professor, DSc student of Department of Theoretical and Social Philosophy, Saratov National Research State University. Room 114, Building 12, 10a Volskaya St., Saratov 410028, Russian Federation;
e-mail: artamonovds@mail.ru,
ORCID: 0000-0001-8689-1948

The article considers the possibilities of socio-philosophical interpretation of digital identity in the context of approaches to the study of digital memory. The immersion of a person into the digital environment inevitably changes the ways of constructing his or her identity; however, the dependence of self-identification on ideas about the past of the community persists. Collective memory determines a person's identity in the same way as his or her individual memories. Digital identity is not only digital traces left by a person, representing recorded and digitized memories, but also digitalized social memory. Today, researchers are talking about the emergence of digital memory, by which they understand the mechanism of constructing, storing and reproducing collective ideas about the past with the help of digital technologies and social media. Digital identity depends on the context of digital memory, since the formation of a person's image, including a network one, is determined by his or her memories. In the digital environment, memory is constructed at the intersection of personal and public, and is influenced by the information technologies and machine algorithms. Digital technologies contribute to the convergence of individual memories and collective ideas about the past, which becomes the basis for the formation of digital identity.

Keywords: digital identity, digital memory, digital era, ideas about the past, memories, “filter bubble”, targeting

How to cite: Artamonov D. (2023). Digital identity in the context of digital memory, *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, 6 (1): 16-23. DOI: 10.32326/2618-9267-2023-6-1-16-23 (In Russian)

Received: 27 March 2023

Revised: 10 April 2023

Accepted: 12 April 2023

Проблема социально-философской интерпретации цифровой идентичности, поставленная в статье Р.В. Пеннер, не может рассматриваться в отрыве от исследования процессов трансформации коллективной памяти в эпоху цифры. Утверждения о влиянии коллективно разделяемых представлений о прошлом на формирование идентичности стали общим местом в работах по исследованию памяти (memory studies). Я. Ассман, полагавший, что основой конструирования коллективной памяти является культура, утверждал, что память также «неизбежно связана с особым сознанием принад-

лежности и сплочённости, с мы-сознанием» (Ассман, 2004, с. 169). По мнению П. Нора, идея о том, что памятью обладают сообщества, а не только индивиды, привела к смысловой инверсии слова «идентичность», так как «из индивидуального понятия она стала коллективным, а из субъективного – как бы логическим и объективным» (Нора, 2005). Ф.Р. Анкерсмит отмечал, что «наша идентичность находится в прошлом» вне зависимости от того, говорим ли мы об индивидуальном или коллективном опыте (Анкерсмит, 2007, с. 436), а Й. Рюзен показал, что «именно сила памяти определяет черты идентичности и делает прошлое проекцией будущего» (Рюзен, 2005, с. 49). Приведённые высказывания в какой-то мере являются основополагающими для традиции осмысления идентичности через призму прошлого и памяти о нём.

В этой связи концепция Р.В. Пеннер о формировании идентичности современного цифрового человека через его соотношение с виртуальной реальностью, репрезентацией и «выкриками» в сети нуждается в существенном дополнении. Идентичность в понимании автора статьи получается всегда индивидуальной, даже если она становится цифровой. Между тем П. Рикер, выдвигая концепцию нарративной идентичности, упоминаемой Р.В. Пеннер, считал, что её существование основано на взаимодействии «между живой памятью индивидуальных личностей и публичной памятью сообществ» (Рикер, 2004, с. 184). Принятие во внимание влияния индивидуальной памяти и представлений о прошлом коллективов на конструирование идентичности в цифровую эпоху несколько осложняет её понимание, так как требует постановки вопроса о цифровой памяти индивидов и цифровизации коллективной памяти.

Если, как считает Р.В. Пеннер, речь идёт о появлении сетевой идентичности, в которой отражается (рассеивается) личность человека, его образ, то закономерно поставить вопрос о цифровой памяти этой личности, оставляющей бесконечное множество следов и отпечатков в сети. Кроме того, в цифровом мире человек не перестаёт быть коллективной личностью, потому что его связи с различными сообществами крепнут, увеличиваются, становятся разнообразнее, так как в сети он не одиночка, а житель «глобальной деревни». Влияние на него коллективных представлений о прошлом сообществ может быть определяющим для построения собственной идентичности.

Понятие цифровой памяти было предложено в сборнике «Save as... Digital Memories», вышедшем под редакцией Дж. Гарде-Хансен, Э. Хоскинс, А. Рединг в 2009 г. Авторы сборника исходили из понимания того, что в цифровую эпоху коллективные представления о прошлом формируются при активном взаимодействии человека и машины, фиксирующей и воспроизводящей информацию при помощи вычислительных технологий. Э. Хоскинс описывал это взаимодействие как общение на равных, при котором социальные рамки памяти задаются не столько социумом, сколько циф-

ровыми технологиями и онлайн-коммуникацией, воздействуя на воспоминания индивида и его Я-идентичность. При этом зависимость памяти индивида от коллективных представлений ощущается им гораздо сильнее, так как цифровые технологии, опосредуя повседневную жизнь индивида и его воспоминания о событиях, приводят к конструированию идентичности путём полного переплетения личного и общественного на индивидуальном уровне (Garde-Hansen, Hoskins, Reading (Eds.), 2009, pp. 23-26).

В сборнике 2017 г. «Digital Memory Studies. Media Pasts in Transition» под редакцией Э. Хоскинса были обозначены основные проблемы, вызванные цифровизацией памяти, возникшей под влиянием новых медиа. По мнению Э. Хоскинса, формирование представлений о прошлом и воспоминаний индивида определяется не столько использованием сложной системы хранения и поиска оцифрованной информации, сколько самим фактом социального взаимодействия в интерактивных цифровых медиа. Перевод традиционного пространственного архива организаций и учреждений в цифровой формат, также как и появление цифровых практик сохранения личной информации, облегчили доступ пользователей к информации о прошлом и изменили механизмы её воспроизводства. Как коллективная, так и индивидуальная память создаются сегодня на пересечении личной и общественной сфер жизни при помощи машинных алгоритмических действий. В этой связи самоценным становится не содержание передаваемых сообщений и получаемой информации, а сам факт социального акта вне зависимости от того, является он реальным или воображаемым. Пространство памяти в цифровой среде строится на практиках совместного производства и использования контента (шэринг), которые предполагают непосредственное взаимодействие пользователей, основанное на взаимном принятии ими ценностей эпохи цифры (Hoskins (Ed.), 2017, pp. 1-24, 85-110). В цифровых медиа личный контент, создаваемый пользователями, становится публичным, присваивается сообществами и растворяется в них. Цифровые медиа, опосредуя взаимодействие индивидов, не только становятся хранилищем информации, но и предлагают удобную технологию воспроизводства воспоминаний, которая заменяет собой социальные рамки памяти.

Структура воспоминаний больше не определяется коллективными представлениями общества (социальными рамками), как это предполагал М. Хальбвакс (Хальбвакс, 2007), так как цифровые технологии предлагают более удобный способ конструирования памяти, строящийся на принципе доступности или недоступности информации. Что и как помнить, определяют «умные ленты» новых медиа, машинные алгоритмы и нейросети, демонстрируя пользователю информацию по его запросам или вычисленным предпочтениям. В этой ситуации для индивида содержание памяти перестаёт иметь значение, так как он запоминает не конкретную информацию, документы или их смысл, даже не события и их вер-

бальные семиотические формы, а алгоритмы, цифровые пути, позволяющие получать доступ к воспоминаниям. Тем самым идентичность строится не столько на общих воспоминаниях или коллективных представлениях о прошлом, сколько на общности пользовательских привычек и применяемых способов взаимодействия с информацией в цифровой среде. Другими словами, содержание воспоминаний может быть любым, тем более что пользователи легко ими обмениваются, присваивая себе те, которые наиболее популярны в сообществе и эффективно способствуют созданию желаемого образа, даже если они были позаимствованы извне. Цифровая идентичность, как коллективная, так и индивидуальная, определяется настроенным на конкретного индивида алгоритмом воспроизводства информации; то есть то, какие он получает воспоминания и что определяет его принадлежность к сообществу, зависит от используемой им цифровой технологии.

Способы бытования человека в сети не случайны, а определяются существующим уровнем развития цифровых технологий, возможностями доступа к ним и популярностью их в сообществах, к которым человек принадлежит. Пользователи в разных странах предпочитают социальные сети, наиболее распространённые в регионах их проживания; например, если в России это *ВКонтакте*, то в Китае – *WeChat*. Социальные сети подвержены моде, которая зависит от колебания пользовательских привычек – так, долгое время во всём мире наиболее популярной платформой для размещения видео был *YouTube*, но совсем недавно его сменил *TikTok*. Кроме этого, одновременно существуют и пользуются популярностью большое количество сервисов социальных сетей, которые различаются по своему функционалу и возможностям работы с информацией, а следовательно, по технологиям доступа к воспоминаниям, механизмам воспроизводства представлений о прошлом и практикам конструирования идентичности.

Цифровая идентичность также во многом определяется феноменом информационных пузырей, или «пузырей фильтров». Данное понятие было предложено интернет-активистом Илаем Парайзером для того, чтобы описать применяемую интернет-технологию предоставления пользователю информации, основанную на машинном изучении его предпочтений (Pariser, 2011). Фиксация и анализ электронных следов пользователя даёт возможность показывать ему только ту информацию, которая согласуется с его точкой зрения, интересами и пользовательскими привычками. Выходя в сеть интернет, регистрируясь в социальных медиа, пользователь окружает себя комфортным сообществом и нужной ему информацией, а далее подключаются алгоритмы создания «умных лент», образующие информационные пузыри комфортного пребывания в виртуальной реальности. В этом информационном вакууме создаётся впечатление, что всё окружающее человека цифровое пространство подчинено его интересам и отвечает его идентификации.

Технология таргетинга, повсеместно применяемая в социальных медиа и сервисах поисковых запросов, также позволяет демонстрировать пользователю информацию, максимально соответствующую его личности и интересам. Таргетинговые механизмы из всей имеющейся аудитории выделяют только тот её сегмент, который соответствует заданным параметрам, основанным на демографических характеристиках и исследовании потребительского поведения. Таргетинг, будучи изначально рекламной технологией, сегодня расширил свои возможности и стал применяться в политических, пропагандистских, идеологических, бытовых целях при решении каких-либо манипулятивных задач – от формирования общественного мнения до победы в конкурсе путём интернет-голосования (Тихонова, 2008, с. 45-49). Такая настройка на целевые аудитории способствует сегментации сообществ через целенаправленное конструирование цифровой идентичности, основанной на потребительском и информационном поведении.

Интеграция современного общества в цифровую среду неизбежно приводит к трансформации способов конструирования идентичности, так же как и коллективной памяти. Социальная память становится цифровой, а следовательно, цифровой становится идентичность. Формирование цифровой идентичности происходит не просто при погружении индивида в виртуальное пространство, а в процессе присвоения им воспоминаний и представлений, созданных при помощи цифровых медиатехнологий и характерных для того сообщества, с которым этот человек себя ассоциирует. Современного человека, обладающего цифровой идентичностью, можно представить как гипертекст, отсылки которого ведут не только к его личным воспоминаниям, но и к коллективной памяти сообщества, а механизм работы его гиперссылок обуславливается используемой человеком технологией, а также влиянием пузыря фильтров и таргетинга. Таким образом, влияние цифровых технологий на цифровую идентичность является определяющей, но не всеобъемлющей, так как за человеком в конечном итоге остаётся выбор стратегии присутствия в цифровом мире.

Информация о финансировании исследования

Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 22-18-00153, <https://rscf.ru/project/22-18-00153/>

Funding

The research was carried out at the expense of the grant of the Russian Science Foundation No. 22-18-00153, https://rscf.ru/project/22-18-00153

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

Анкерсмит, 2007 – Анкерсмит Ф.Р. Возвышенный исторический опыт / Пер. с англ. Олейников А.А. и др.; Ред. А.А. Олейников. М.: Европа, 2007. 609 с.

Ассман, 2004 – Ассман Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Пер. с нем. М.М. Сокольская. М.: Языки славянской культуры, 2004. 368 с.

Нора, 2005 – Нора П. Всемирное торжество памяти // Неприкосновенный запас. 2005. № 2. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/vsemimoe-torzhestvo-pamyati.html> (дата обращения: 27. 03.2023).

Рикёр, 2004 – Рикёр П. Память, история, забвение. М.: Издательство гуманитарной литературы, 2004. 728 с.

Рюйзен, 2005 – Рюйзен Й. Кризис, травма и идентичность // «Цепь времён»: проблемы исторического сознания / Ред. Л.П. Репина. М.: ИВИ РАН, 2005. С. 38-62.

Тихонова, 2008 – Тихонова С.В. Мифология брендинга в обществе глобального потребления // Власть. 2008. № 9. С. 45-49.

Хальбвакс, 2007 – Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / Пер. с фр. С.Н. Зенкин. М.: Новое издательство, 2007. 348 с.

Hoskins (Ed.), 2017 – Hoskins A. (Ed.). Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition. N. Y.: Routledge, 2017. 326 p. <https://doi.org/10.4324/9781315637235>

Garde-Hansen, Hoskins, Reading (Eds.), 2009 – Garde-Hansen J., Hoskins A., Reading A. (Eds.) Save as... Digital Memories. Basingstoke & N. Y.: Palgrave Macmillan. 2009. 211 p.

Pariser, 2011 – Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. N. Y.: Penguin Press, 2011. 294 p.

References

Ankersmith, F. R. (2007). *Sublime Historical Experience*. Europe Publ. (In Russian)

Assman, Ya. (2004). *Cultural Memory: Writing, Memory of the Past and Political Identity in the High Cultures of Antiquity*. Languages of Slavic culture Publ. (In Russian)

Hoskins, A. (Ed.). (2017). *Digital Memory Studies: Media Pasts in Transition*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315637235>

Halbvaks, M. (2007). *The Social Framework of Memory*. New Publishing House. (In Russian)

Nora, P. (2005). World celebration of memory. *Inviolable reserve*, 2. Retrieved March 27, 2023, from <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/vsemimoe-torzhestvo-pamyati.html>. (In Russian)

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press, 2011.

Ricœur, P. (2004). *Memory, History, Oblivion*. Publishing House of Humanitarian Literature. (In Russian)

Rüsen, Y. (2005). Crisis, trauma and identity. In L. P. Repina (Ed.). *"Chain of Times": Problems of Historical Consciousness* (pp. 38-62). Institute of World History RAS Publ. (In Russian)

Garde-Hansen, J., Hoskins, A., Reading, A. (Eds.). (2009). *Save As... Digital Memories*. Palgrave Macmillan.

Tikhonova, S. V. (2008). The mythology of branding in the society of global consumption. *Power*, 9, 45-49. (In Russian)