

УДК 159.923.2

НАРРАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ: НА ПУТИ К КИБЕРНЕТИЧЕСКОЙ ЛИЧНОСТИ

К.В. Ануфриева

ФГБОУ ВПО «Тверской государственный университет» (г. Тверь)

*Мы, ироники, надеемся с помощью
непрерывного переописания сотво-
рить из самих себя самые лучшие
самости, какие только можем.*

Ричард Рорти. Случайность, ирония
и солидарность

В настоящее время Интернет образует особую коммуникативную среду, место реализации языка, которое не имеет аналогов в прошлом. В Интернет-пространстве вербальное общение, выражаемое средствами письменной речи (электронных текстов), является системообразующим признаком Интернета как социальной реальности. Развитие Интернета как пространства социальных коммуникаций влияет на трансформацию социальной идентичности, которая происходит в условиях глобализации и виртуализации информационно-коммуникативного общества. При этом поиск коллективной или индивидуальной, приписанной или сконструированной идентичности становится фундаментальным источником социальных значений.

Ключевые слова: *клиповое сознание, интертекст, виртуальная идентичность, Интернет-пространство, виртуальная реальность, блог, нарратив, коммуникация.*

Под влиянием философских концепций структурализма и постструктурализма постмодернисты отождествили сознание человека с письменным текстом, считая, что именно он является наиболее достоверным способом фиксации человеческого сознания. Из этого положения был сделан вывод, что литература, культура, общество, история и сам человек могут быть прочитаны как тексты – вся человеческая культура представляется единым текстом (интертекстом), в котором все человеческие индивиды являются как авторами, так и читателями. Ни один автор не может претендовать на выделение собственного вклада в интертекст, его деятельность заключается в новой комбинации заимствованных ранее написанных цитат, а потому авторство, субъектность в создании текста представляется постмодернистам проблематичным. Тексты существуют в процессе их прочтения, формирующем у читателя аналогичное автору постоянно меняющееся сознание, представляющее собой набор аналогичных цитат. Они и составляют основное содержание коммуникации индивидов, по форме являющейся обменом текстами

с разнообразными ссылками между цитатами. Такое сознание в профессиональной среде специалистов по связям с общественностью называют «клиповым», так как оно включает многократно повторяемые рекламные слоганы и образы, объединяемые в короткие видеосюжеты – клипы. Особенно клиповое сознание характерно для пользователей Интернета, который включает аудио- и видеоинформацию, но во многом остается пространством распространения текстов, чаще всего коротких цитат, представленных в разных модификациях и комбинациях на многочисленных сайтах. Отметим, что подавляющее большинство индивидов занято воспроизводством, репродуцированием, копированием, а не производством идей разнообразной природы – этим занимаются немногие высококлассные эксперты, способные разрабатывать оригинальные идеи и образцы для тиражирования, что впоследствии ведет к активному обмену текстовыми, музыкальными и видео-файлами среди пользователей локальных и глобальных сетей.

Если обратиться к Ж.-Ф. Лиотару, то он пишет, что постмодернизм не доверяет метарассказам [6, р. 7], которые служат только для самооправдания распространяющих их субъектов. Действительность такова, какой ее представляет тот или иной индивид в своем восприятии, в своем воспроизводстве существенных для него особенностей. По мнению Лиотара, наука постмодерна занята «поисками нестабильностей», а не детерминистских закономерностей. Он приводит пример «теории катастроф» Рене Тома, исследующей то, что противостоит понятию «стабильная система» [7, р. 96]. В своих рассуждениях Лиотар приходит к выводу, что любое общепринятое мнение или концепция опасны для человека, если он будет принимать их на веру – его сознание может быть поглощено буржуазной системой ценностей, представленной в соответствующих метарассказах. Спасение Лиотар видит в эклектизме, ставшем столь актуализированным в современном обществе. В свою очередь, он приводит к тому, что ценность, например, произведений искусства при отсутствии эстетических критериев определяется прибылями, которые они могут принести при продажах [там же, р. 334–335].

В ситуации постмодерна исчезает противоположность настоящего, естественного и искусственного. Благодаря таким жанрам, как перформанс или инсталляция, переход от искусства к жизни оказывается либо незаметным, либо вовсе несуществующим. Различие истинного и ложного в общественном мнении перестает быть значимым – значимой является лишь сенсация. Она же, в свою очередь, создается в средствах массовой информации специально и демонстрируется в своеобразных информационных шоу на телевидении, радио, в Интернете, в газетах. Полезность и бесполезность объектов, красивое и безобразное в моде – эти и многие другие противоположности, определявшие ранее жизнь человека, теперь сглаживаются и в итоге исчезают. Копию и оригинал, истину и ложь в средствах массовой информации отличить практически

невозможно. Реальное и воображаемое представляются равноценными и равнозначимыми в сознании человека.

В Интернет-пространстве блекнет граница между авторами и читателями: сегодня практически любой пользователь может открыть свой блог, на котором сможет размещать любую собственную и заимствованную информацию, читать комментарии к ней посетителей своего блога, отвечать им на их комментарии и т. д. В результате в современном Интернете появились многочисленные блоггеры, постоянно ведущие обзоры различных сфер деятельности, происходящих событий и новостей, либо выплескивающие всю подноготную своей личной жизни на всеобщее обозрение Интернет-публики. Тексты некоторых подобных блоггеров ежедневно читают тысячи посетителей, журналисты традиционных средств массовой информации узнают в их Интернет-обзорах детали прошедших событий, заимствуют в свои публикации фрагменты комментариев. Происходящее на «страницах» современных блогов достаточно точно соответствует манипуляциям с интертекстом, описанным постмодернистами. При этом традиционные средства массовой информации теряют популярность и влияние, прибегая к приемам внедрения клипового сознания в массы, например, в газетах с помощью резкого уменьшения размеров статей, статей как слоганов, крупных запоминающихся заголовков, являющихся почти всегда цитатами, образного представления информации через фотографии, рисунки и многое другое.

Интернет-блоггинг: нарративная идентичность без ограничений

При переходе к постмодерну существенно увеличивается неопределенность социальных процессов и явлений: в них наблюдаются проявления случайности, поливариантности и альтернативности. Интернет является содержательно и функционально богатым средством информационной деятельности и коммуникации, которые всегда происходят в тех или иных социальных группах. Здесь данные группы объединяет общая деятельность по работе с информацией и коммуникации по схожим интересам и приоритетам. Чаще всего члены таких социальных групп не встречаются в реальном мире, их объединяет только сетевая активность. Такие социальные группы можно назвать виртуальными, поскольку коммуникация в них создается и поддерживается лишь средствами компьютерной техники и компьютерных сетей, которые для обеспечения восприятия информации пользователями имитируют привычные ощущения материального мира.

Виртуальный характер социальных групп пользователей Интернета не отменяет их социальные характеристики. Несмотря на то что коммуникация в Интернете опосредована техническими средствами, она осуществляется между человеческими индивидами, каждому из которых необходимо определить свою принадлежность сообществу, при-

нять его ценности, найти свои роли в этом сообществе, свои сходства и отличия от других его членов. Таким образом, она невозможна без формирования и развития идентичностей участвующих в ней индивидов, происходящей через интериоризацию пользователями Интернета получаемых из него установок, представлений, стереотипов мышления, суждений, мнений, оценок, приоритетов, вкусов, образов жизни, особенностей деятельности и т. д.

Информация, находящаяся в Интернете и воспринимаемая его пользователями, чрезвычайно разнообразна: каждый из них способен найти в нем сведения, максимально точно соответствующие интересам и приоритетам индивидов. Сама информационная среда Интернет-пространства в этом смысле формирует определенные качества идентичности каждого ее пользователя через процедуры отбора информации, участия в формировании новостей и информировании других, в комментировании, в ведении блогов. Возможно, пользователям Интернета кажется, что они полностью управляют тем, какую информацию из сети они воспринимают или создают в ней. Отбор только необходимой пользователю информации из всеобщего потока в Интернете сильно затруднен обилием рекламы, предложений выбора других аналогичных сайтов, новостей или текстов для прочтения, музыки и видео. В действительности подавляющее большинство пользователей подчиняются информационным воздействиям на них Интернета, их интересы, приоритеты и даже деятельность во многом направляются теми сведениями, которые они получают из сети. Несмотря на наличие в Интернете аудио- и видеоинформации, большинство сообщений и управляющих воздействий на программы и аппаратуру, выполняющих запросы пользователей сети, являются текстовыми. Можно утверждать, что Интернет является довольно развитой моделью интертекста, описанного ранее постмодернистами. С другой стороны, Интернет – это интегрированная среда, в которой текстовые описания комбинируются с визуальными образами и звуками, а потому конструирование идентичностей происходит под воздействием многочисленных комбинаций вербальных описаний, видео- и аудио образов. Такое комбинированное воздействие на органы чувств приводит лишь к усилению информационных воздействий Интернета на сознание его пользователей.

В настоящий период ведущую роль в формировании идентичности в Интернете играют вербальные, текстовые конструкции, поскольку они наиболее распространены и легче всего поддаются модификации пользователями. Текстовая коммуникация в Интернете является во многом анонимной, поскольку пользователи могут сообщать о себе только отрывочные сведения или не сообщать ничего, кроме имен (никнеймов), используемых для идентификации сообщений. В реальном мире коммуникация человеческих индивидов всегда содержит невербальную составляющую, даже если основная информация передается в вербальной

форме. Невербальная информация в человеческой коммуникации позволяет придавать более точный смысл вербальным сообщениям, более адекватно интерпретировать их содержание. Интернет-коммуникация лишает пользователей невербальной составляющей коммуникации с весьма неоднозначными последствиями. В частности, в Интернет-коммуникации искажается смысл сообщений, расширяется возможность манипулирования сознанием тех, кто воспринимает информацию того или иного пользователя, появляется возможность вести коммуникацию в новых ролях, которые невозможно исполнить в реальной жизни. Эти новые роли дают пользователям возможности присваивать, пробовать, примерять к себе такие идентичности, которые в реальной жизни были бы невозможно демонстрировать окружающим, поскольку невербальные составляющие коммуникации разрушали бы эти идентичности. В Интернете создание и использование таких идентичностей, которые можно назвать виртуальными, поддерживается программными и аппаратными средствами, а главное – складывающимися социальными практиками. Виртуальные проявления каждого участника открыты для трансформаций и реинтерпретаций.

Анонимность и ограниченный сенсорный опыт Интернет-коммуникации порождают возможности индивидов по созданию и экспериментированию с собственными идентичностями, возможно отличающимися от реальных. Мотивы такого экспериментирования с идентичностями различны у разных индивидов, они могут быть связаны с адаптацией личностей к изменениям окружающего социума, который, с одной стороны, переносит коммуникацию в Интернет, а с другой – в реальном мире задает индивиду ограничения для самокатегоризации. В повседневной жизни наши усилия по самопрезентации обычно ограничены тем, что мы не можем изменять свой облик. Хотя физические характеристики в известной степени корректируются благодаря косметическим средствам и продуктам fashion-индустрии, в целом они практически неизменны – мы вынуждены жить с тем, что имеем, и эта заданность подкрепляет систему социальных институтов. Социальные структуры, основанные на предпочтениях или предрассудках по отношению к отдельным группам людей, своим существованием обязаны той легкости, с какой можно судить о телах друг друга и отождествлять определенный тип личности с физическим обликом. Мужчины, женщины, белые, черные, молодые, старые, бедные, богатые – все эти определения пронизывают современную культуру, и каждый отчасти зависит от постоянства своего физического облика и от нашей способности приписывать этому облику значение. Умозаключения такого рода выходят за пределы невербальной коммуникации – они образуют внутреннюю структуру нашей культуры. Телесная символика скрепляет ее и придает ей форму. То, как выглядит участник коммуникации в глазах другого, зависит исключительно от информации, которую он о себе сообщил.

Границы, очерченные культурными конструкциями тела, в виртуальном окружении лишаются четкости и исчезают вообще. Тело, освобождаясь от физического облика, полностью погружается в царство символов. Оно становится воплощением чистого смысла, но одновременно и теряет всякий смысл, не имея референта. Если же вновь обратиться к страницам виртуальных дневников, то можно заметить, что там активно используются различные техники самопрезентации по созданию своего виртуального «Я». По мнению исследователей Интернет-пространства, конструирование виртуальной личности (virtual identity) является наиболее типичной стратегией саморепрезентации в сети. В реальном социальном взаимодействии человек более ограничен в возможностях управления информацией о себе рамками реально воспринимаемого собеседником пола, внешности, признаков социального статуса, профессии, национальности, возраста. В Интернет-пространстве все зависит от умения быть разным, и от желания быть таковым. Невидимость означает возможность изменения внешнего облика, а также позволяет полностью редуцировать невербальные проявления. Отсюда основная особенность виртуальной самопрезентации, которая признается большинством исследователей – это возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе.

Ограничения для самокатегоризации задает индивиду не только государство, но и общество через систему моральных и нравственных норм, общепринятых стереотипов поведения, социальных ограничений и запретов, принятых в той или иной культуре. В отличие от реального виртуальный мир представляется индивидам принципиально безграничным. В результате их активности в Интернет-сети сформированный в ней виртуальный информационный мир стал сильно дифференцированным по приоритетам и интересам. Он позволяет индивидам включаться в такие социальные группы, в которые в реальном мире включиться затруднительно или просто невозможно, дает возможность формировать новые, виртуальные идентичности по наборам очень условных признаков. Их условность вполне соответствует практикам постмодерна: в Интернете не требуется подробного описания и осознания новых идентичностей, поддерживается много их копий, никакая из которых не должна считаться истинной. Наиболее просто для пользователей Интернета создавать свои новые образы в текстовой коммуникации. Для этих целей обычно оказывается достаточным назвать себя каким-то условным именем, часто псевдонимом и при регистрации в том или ином сетевом сообществе передать о себе очень ограниченный набор социальных характеристик, которые, чаще всего, никто не будет проверять на соответствие реальной личности члена сетевого сообщества. Для работы в Интернете не требуется предъявления оригинала идентичности, сетевые сообщества сами устанавливают те наборы признаков, которые необходимы для членства в них. Такая ситуация в Интернете определя-

ет существенно большую свободу создания и использования идентичностей, чем в реальном мире, что, тем не менее, не означает полного снятия социальных ограничений, так как индивиды остаются членами социума, прошедшими тот или иной процесс социализации. Но в рамках того, что индивид может себе вообразить, Интернет позволяет сформировать идентичность без ограничений, а также использовать одновременно несколько сильно различающихся идентичностей. Более того, если в реальном мире переход индивида из одной значимой для него социальной группы в другую нередко связан с кризисами и проблемами сознания, то в Интернете переход из одного виртуального сообщества в другое происходит очень легко и позволяет преодолевать ограничения идентификаций с теми или иными сообществами.

Интернет-пользователи имеют возможность эксперимента с идентичностями в разной степени: в частности, могут изменить свой образ, максимально приблизив его к желаемому идеалу, при этом полностью редуцировать невербальные проявления своего образа, в итоге обеспечив почти абсолютный контроль его восприятия другими пользователями. В виртуальном мире можно менять свой пол и осваивать роли противоположных полов. Что в реальном мире достигается с большим трудом и большими затратами ресурсов, в виртуальном мире производится довольно легко. Пользователи могут формировать новые идентичности для целей более полной реализации личности, а не для манипулирования сознанием других пользователей.

В силу высокого уровня информационного разнообразия индивиды в Интернете реализуют возможности, отсутствующие в реальном мире, практически любые мечты и представления, ограниченные только тем, что их реализация возможна лишь на информационном уровне. Таким образом, Интернет-коммуникация оказалась изоморфной практике постмодерна, в которой социальной нормой становится незавершенность, открытость личности и соответственно идентичности; воспроизведение и копирование становятся приоритетными видами деятельности; проекты и инсталляции заменяют объекты и т. п. Интернет-среда поддерживает мозаичность социума, характерную для постмодерна, и виртуальную активность небольших социальных групп. В реальном мире многие активные социальные группы не могут существовать, в частности, из-за территориальной разделенности входящих в них индивидов, ограничений и даже невозможности установления коммуникации в реальном мире в силу незавершенности их идентичностей, отклонений от реальных образов индивидов и т. п. В результате активность представителей таких социальных групп в Интернете способна заменить и в большей или меньшей степени заменяет их активность в реальном мире.

У современных индивидов, регулярно пребывающих в Интернете, наблюдается тенденция дублирования сознания: в реальном мире они, чаще всего, продолжают демонстрировать традиционные идентич-

ности социального мира, а в виртуальном – нередко полностью от них отказываются, используя нетрадиционные образы. Перенос таких виртуальных, сетевых идентичностей в реальный мир затруднен в силу их фрагментарности, незавершенности, несоответствия реальным социальным ролям индивидов. В большинстве случаев попытки перенести свои виртуальные идентичности в реальный мир требуют доведения их до состояния завершенности, что способно привести к их разрушению.

Таким образом, можно выделить следующие особенности коммуникации в Интернет–пространстве:

- анонимность участников коммуникации. Виртуальное «Я» человека («Я», предъявляемое другим в виртуальном пространстве) может коренным образом не совпадать ни с «Я» реальным, ни с «Я», предъявляемым в реальном общении. В процессе общения в Интернете исходно полностью отсутствуют индикаторы социальной позиции человека и невербальное поведение;

- своеобразии протекания процессов межличностного восприятия. В условиях отсутствия невербальной информации сильное влияние на представление о собеседнике оказывают механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка на ожидание желаемых качеств в партнере;

- относительная психологическая безопасность. В сети человек может проявлять большую свободу высказываний и поступков, так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален;

- отсутствие единства пространства и времени. Виртуальная реальность позволяет быть в одно и то же время в разных местах: одновременно общаться с людьми из других стран, часовых поясов. Ощущение киберпространства является субъективным переживанием;

- письменный характер коммуникации. Большинство сред коммуникации в Интернете текстовые;

- ограниченное сенсорное переживание, трудности выражения эмоций. В Интернет–пространстве невербальные средства общения теряют свое значение. Тем не менее виртуальное общение протекает достаточно эмоционально. В процессе письменного общения практически каждый участник дополняет свое высказывание определенными символами. То есть происходит частичная компенсация с помощью специально разработанной знаковой системы передачи эмоциональных состояний (смайлы);

- тематика наиболее популярных записей отражает в основном эмоциональные переживания человека, ведущего Интернет–дневник;

- одной из центральных функций современного виртуального дневника является коммуникативная функция. Интернет–дневник сохранил в себе психологические функции, присущие реальным дневникам. Блог используется как дневник, и владелец фиксирует в нем свои

воспоминания и размышления. Блоги большинства пользователей осуществляют функцию катарсиса, так как записи отражают испытываемые чувства и эмоции. Использование данных онлайн-тестирования в качестве техники самопрезентации в блоге свидетельствует о том, что Интернет-дневник для этих пользователей реализует функцию самопознания. Кроме того, виртуальный дневник несет творческую функцию, которая реализуется в оформлении блога и использовании различных техник самопрезентации в блоге (размещение стихотворений собственного сочинения, аудиофайлов и т. п.).

Итак, на страницах Интернет-дневников индивид фиксирует социокультурный контекст собственной жизни, реконструирует жизненные события через призму личностной позиции. Блоги являются нарративами, которые предполагают фиксацию уникального индивидуального опыта.

Социальные эффекты от формирования и использования виртуальных идентичностей и затрудненного, но постепенно происходящего процесса их переноса в реальный мир невозможно однозначно оценить как позитивные или негативные. Несомненно позитивным является рост возможностей самореализации индивидов за счет освоения новых идентичностей и ролей в Интернете. Сюда можно отнести и расширение возможностей коммуникации индивидов с использованием сетевых технологий, в частности, то, что территориальность перестает быть ограничением для такой коммуникации. Практика развития идентичностей показывает, что для многих современных индивидов принадлежность к сетевым группам является более реальной, чем принадлежность к аналогичным группам в реальном мире.

Не менее значимы и негативные эффекты от формирования и использования виртуальных идентичностей. Большинство таких явлений уже заметны в обществе, но пока еще не доминируют в нем. В частности, в Интернете многие индивиды формируют у себя устойчивые идентичности игроков в сетевые или компьютерные игры. Для них характерно возникновение игровой зависимости (нередко в ущерб своей активности в реальном мире), которая воспринимается как норма сознанием игроков. У пользователей Интернета может формироваться похожая Интернет-зависимость, при которой коммуникации ради общения становятся сверхценными, индивиды испытывают беспокойство, если относительно долго не входят в сеть, не проверяют сообщения в блогах и электронной почте, не просматривают новости и т. д. Особенно опасны игровая и Интернет-зависимости для детей и подростков, у которых идентичности активно формируются и потому являются незавершенными, что способствует существенному сужению их интересов и приоритетов, направлению их на виртуальную реальность и внутренние психические переживания в ущерб активности в реальном мире.

Распространение нового опыта формирования и использования идентичностей происходит тем не менее не только в Интернете. Активные пользователи распространяют такой опыт за пределы сети по своим каналам социальной коммуникации. Средства массовой информации в целях удержания внимания аудиторий активно способствуют распространению этого опыта и, соответственно, клипового сознания, изменяя макеты печатных изданий, публикуя информацию из Интернета, меняя способ подачи информации и т. п. Реклама на телевидении во многом использует отработанные в Интернете методы воздействия на потребителей, которые, адаптируясь к этой рекламе, постепенно меняют свои идентичности. Частный бизнес использует эту особенность сознания современных потребителей, способствует формированию у них новых идентичностей, проявляющихся, например, в лояльности к тем или иным торговым маркам и брендам. Индустрия моды и современный маркетинг способствуют оформлению новых идентичностей, завершенных и достаточно богатых невербальной информацией и образцами для подражания. Кинофильмы, созданные с применением современных компьютерных эффектов и использованием тех или иных особенностей виртуальных идентичностей, снимают в сознании зрителей некоторые социальные ограничения идентичностей и формируют новые факторы их развития. В результате в сознании индивидов закрепляются новые идентичности, возникшие и начавшие свое развитие в Интернете, впоследствии постепенно переносящиеся в реальный социальный мир, в первую очередь в сферу потребления.

Новое преломление постмодернистской смерти субъекта

Средства массовой коммуникации предлагают аудитории множество самых разнообразных образов и персонажей, большинство из которых становятся ролевыми моделями современного человека, ненамеренно выполняющими функцию социализации индивидов. Потребители продукции массмедиа осуществляют процесс самоопределения, соизмеряя себя с ними, выстраивая таким образом свою идентичность и облегчая задачу идентификации себя другими членами общества.

Каждый пользователь Интернета получает множество способов заявить о себе большой аудитории, будучи автором многочисленных Интернет-блогов, персональных страниц в социальных сетях, наполненных не лишенными художественных достоинств автонарративами, щедро снабженными аудио-, видео- и фотопотоками, выбранными в соответствии с предпочтениями автора. Пользователь Интернета наслаждается свободным конструированием своего имиджа, но при этом чем сильнее создаваемый им образ оторван от своего автора, тем глубже разочарование, обнаружившим эту подмену.

Расхождение между онлайн образами и оффлайн реальностью – одна из наиболее актуальных тем современных исследований киберпро-

странства. Предметом свободного конструирования становятся не только психологические характеристики людей, но и их тела, сексуальная ориентация и гендерная принадлежность. Восполнение захватывает личность целиком. Налицо неограниченная игра с идентичностями. «Облачаясь в заимствованные у других атрибуты культурных ожиданий и образов, кибернетические личности взаимодействуют, исходя из внешнего облика и из принятия пожеланий каждого о том, кем ему бы хотелось быть. Они не отказываются от гендера или от других признаков личности, а играют с ними, отделяя символы от их референтов из плоти и крови и перенося значения этих символов на своих виртуальных персонажей» [5, с. 219].

Является ли целостность и единство личности по-прежнему ценностью? С точки зрения А. Гениса, постоянство перестало быть добродетелью и «мы приветствуем все, что дестабилизирует и расщепляет наше Я. Любой ценой мы пытаемся выйти за пределы себя. Если в гордом XIX веке главным считалось стать самим собой, то сегодня важнее умение быть другим. Поэтому мы осваиваем искусство конструирования... выращивания альтернативных, игровых личностей» [2, с. 292].

Формируется определенное отношение к себе самому, при котором человек не стремится к единственной фиксированной идентичности. Допускается любая степень эклектизма. Наблюдается апофеоз временного и индивидуального синкретизма, т. е. можно быть одновременно, к примеру, и космополитом, и регионалистом, жить в эпоху вседозволенности и в то же время придерживаться определенных религиозных законов. Индивид не исчез, он стал разбросанным, он вездесущ и везде занят самим собой, будучи в разной степени безразличным ко всему остальному.

Потребность в самовыражении поглощает все больше носителей постмодернистской культуры, сужая личностную концентрацию исключительно до пределов своего описанного мира. Достаточно всего лишь осознавать, что свой нарратив может быть прочитан Другими, «...отношение к чужому “Я” претерпевает изменение. Мое “Я” уже не пребывает в аду, населенном чужими “Я”... все сходит на нет... в пустыне удушающей автономии и нейтральности... Мы хотим остаться одни... и в то же время мы не желаем остаться наедине с самим собой. И здесь у пустыни нет ни начала, ни конца» [4, с. 62].

Наряду с автокоммуникативным одиночеством, обрубающим нити, связывающие людей в социальное целое, новейшие интерактивные СМИ, предоставляя индивиду возможность неограниченного производства своих восполнений, приводят к разрушению узлов коммуникативной сети. Акт создания восполнения никогда не может получить завершения, поскольку он представляет собой противоречивое движение, в котором субъект проявляет самого себя, в то же время скрываясь и таясь. Он движется к самому себе подлинному посредством создания искусственного двойника. «В этой цепочке восполнений обнаруживается

своего рода необходимость – необходимость в бесконечном сцеплении звеньев, в неотвратимом умножении восполняющих посредников, которые и вырабатывают смысл того, что при этом отодвигается, а именно – иллюзию самой вещи, непосредственного наличия, изначального восприятия» [3, с. 311–312].

Соблазненный головокружительной возможностью создавать новое восполнение для каждого случая коммуникации, индивид начинает считать себя способным реализовать идеал предельно открытой личности, он полагает себя способным прийти к взаимопониманию с любым сетевым собеседником, предлагая тому подходящий образ себя самого. Ничем не сдерживаемый рост открытости субъекта коммуникации, готового расплыть себя во множестве случайных искусственных образов, оборачивается полной утратой идентичности, превращением его в абсолютно интерактивное существо, являющееся не отправителем, не получателем сообщения, а передатчиком. Человек исчезает как субъект коммуникации [1, с. 284].

Негативный эффект виртуальных пространств (на личностном уровне) проявляется в их влиянии на самопонимание личности, предоставляя индивидам практически неограниченные возможности в конструировании и трансляции своих образов (по Ж. Деррида, «восполнения») и превращение его либо в «дивизума» (Г. Андерс), занятого безответственной нарциссической игрой с собственной идентичностью, либо в «интерактивное существо» (Ж. Бодрийяр), полностью растворенное в сети, выступающее в качестве ретранслятора сообщений. С точки зрения Генеса, на смену сильной индивидуальности, умеющей приспособливаться под себя окружающий мир, приходит мягкая протеичная личность, умеющая к нему приспособливаться [2, с. 291].

Выводы

1. На настоящий момент можно утверждать, что Интернет образует особую коммуникативную среду, место реализации языка, которое не имеет аналогов в прошлом. В Интернет-пространстве вербальное общение, выражаемое средствами письменной речи (электронных текстов), является системообразующим признаком Интернета как социальной реальности. При этом поиск коллективной или индивидуальной, приписанной или сконструированной идентичности становится фундаментальным источником социальных значений.

2. Идентичность целесообразно рассматривать как категорию, «соотносительную» с объектами коммуникации. Идентичность возникает в результате многих коммуникативных процессов, основными из которых являются процессы: интеракции, идентификации и интернализации.

3. Развитие Интернета как пространства социальных коммуникаций влияет на трансформацию социальной идентичности, которая происходит в условиях глобализации и виртуализации информационно-коммуникативного общества. Все чаще представители гуманитарного

знания при описании идентичности используют такие определения, как открытая, текучая и коллажная.

4. В структуре виртуальной идентичности ясно проступает гендерная компонента. Эта составляющая изменчива и динамична, что резко отличает ее от реальной гендерной идентичности, которая является наиболее стабильной в структуре всей социальной идентичности. При этом возникает вопрос о взаимовлиянии реальной и виртуальной социальной идентичности человека, включая ее гендерную частицу: социальное пространство сети позволяет реализовываться более гибким гендерным схемам и меняет в целом наши представления о гендере – гендере-маске, гендере-перформативе, одеваемом на наше виртуальное «Я», что влияет на процессы, связанные с социальной идентичностью человека (включая гендерную идентичность), и влияет достаточно неоднозначно, нарушая определенный устоявшийся в оффлайн баланс в структуре идентичности.

Новейшие компьютеризированные СМК, предоставляющие человеку все более широкие возможности для игр с собственной идентичностью, тем самым отодвигают вопрос о самопонимании личности на второй план. Имея возможность легко меняться, «Я» перестает быть проблемой для самого себя. Все же описанный сценарий не является неизбежным, он представлен лишь как возможный способ общения и самоопределения личности в социо-коммуникативном пространстве.

Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Соблазн. М., 2010.
2. Генис А. Культурология. Екатеринбург, 2000. Т. 1.
3. Деррида Ж. О грамматиологии. М., 2007.
4. Липовецки Ж. Эра пустоты: эссе о современном индивидуализме. СПб., 2001.
5. Рейд Э. Идентичность и кибернетическое тело // Массовая культура: современные западные исследования. М., 2005.
6. Lyotard J.-F. La Condition postmoderne: rapport sur le savoir. Collection «Critique». Editions de Minuit. Paris, 1979.
7. Lyotard J.-F. Answering the Question: What is Postmodernism? // Innovation/Renovation: New Perspectives on the Humanities. Madison, 1983.

NARRATIVE IDENTITY: ON THE WAY TO THE CYBERNETIC PERSON

C.V. Anoufriyeva

Tver State University (Tver)

Today, the Internet constitutes a special communicative language environment that has no analogues in the past. In the Internet space, the verbal communication, which is expressed by means of written language (electronic texts), is a sign of the Internet as the backbone of social reality. The development of the Internet as a space of social communication has an effect on the transformation of social identity that occurs in the context of globalization and virtualization of information society. With all that in mind, the search for collective or individual, ascribed or constructed identity, becomes the fundamental source of social values.

Key words: *plot consciousness, intertext, virtual identity, Internet space, virtual reality, blog, narrative, communication.*

Об авторе:

АНУФРИЕВА Карина Викторовна – аспирантка кафедры философии и теории культуры ФГБОУ ВПО «Тверской государственный университет», e-mail: carina-oops@mail.ru