

УДК 14:167:316.3:004

**ПРОБЛЕМА КОНСТРУИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ
ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ****Кузьмичева А.С., Михайлова Т.Л.***ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева»,
Нижегород, e-mail: tmichailova2012@yandex.ru*

Статья посвящена исследованию формирующегося института персональных данных, соответствующего реальности сетевого общества. В качестве методологического основания использована конструктивистская методология П. Бергера и Т. Лукмана, согласно которой категория «идентичность» есть эффективный инструмент измерения социальных процессов. Показаны многозначность понятия идентичности и неоднозначность процесса ее конструирования. Выявлено, что идентичность есть результат комплексного взаимодействия индивидуального сознания и социальных институтов. Отмечена зависимость кризиса самоидентичности от института персональных данных, навязывающего личности готовые паттерны-коды. Результат этого – фиксация парадокса о том, что накопление персональных данных не есть выражение личностной идентификации. Теоретическим итогом статьи является обозначение концептуальных основ исследования института персональных данных в сетевом обществе. Практический вывод сводится к артикуляции проблемы несоответствия личности и навязываемыми ей социальными институтами формами идентичности.

Ключевые слова: сетевое общество, идентичность, конструирование, институт персональных данных, персональные данные, паттерны-коды, типизация, легитимация

**PROBLEM OF CONSTRUCTING OF IDENTITY IN THE CONDITIONS OF THE
FORMING OF INSTITUTE OF THE PERSONAL DATA****Kuzmicheva A.S., Mikhailova T.L.***Nizhny Novgorod State Technical University n.a. R.E. Alekseev, Nizhny Novgorod,
e-mail: tmichailova2012@yandex.ru*

The paper contributes to the research of the emerging institution of personal data, which corresponds to the reality of modern network society. According to Berger and Luckmann's constructivist methodology, identity is an effective instrument of measuring the social processes. The analysis of the notion of identity reveals its polysemantic nature and the complex mechanism of its construction. It is concluded that identity is a result of complex relationship between the individual's consciousness and the social institutes. The authors show the interdependence of identity crisis and the institute of personal data that imposes a certain range of patterns and codes on an individual. The paradox result of the analysis is the conclusion that accumulation of personal data is not a direct manifestation of personal identity. The paper suggests a theoretical framework for conducting research of personal data in the network society. On the practical side, the conclusion is made about the importance of articulating the problem of disparity between an individual and the forms of identity imposed on him/ her by the social institution of personal data.

Keywords: network society, identity, design, institution of personal data, patterns, codes, typification, legitimation

Актуальность темы обусловлена нарастающей скоростью социальных изменений, рефлексия относительно которых значительно отстает от потребностей теоретического осмысления. Переход к сетевому обществу неминуемо связан с изменением социокультурных условий существования индивида, трансформацией важнейших социальных институтов, в том числе быстроизменяющегося института персональных данных. Постнеклассическая наука потребовала поиска новых инструментов для изучения современной, быстро усложняющейся реальности сетевого общества. В социокультурном знании одним из таких инструментов стало понятие идентичности.

Согласно П. Бергеру и Т. Лукману, социальная идентичность формируется благодаря комплексному взаимодействию индивидуального сознания и социальной

структуры, которые неизбежно реагируют на изменения общества, поддерживая и трансформируя его. Смены идентичностей формируются социальными процессами. Таким образом, сама категория идентичности может выступать эффективным инструментом их измерения [1, с.279–280]. Иначе говоря, категория идентичности – одновременно терпит влияние среды и объясняет ее. Понятие идентичности сегодня не имеет принятого междисциплинарного определения. Концепция идентичности охватывает психологию, социологию и историю.

Одним из первых, занимавшихся этой проблемой в рамках психосоциального подхода, был психоаналитик Эрик Эриксон. В силу сложности понятия, избегая однозначного определения идентичности, он писал, что затрудняется явно определить суть идентичности, поэтому рассматри-

вал ее сразу с нескольких сторон. В целом, Э. Эриксон выделял четыре основных аспекта смысла этого понятия. «С одной стороны, идентичность можно отнести к сознательному ощущению личной идентичности; с другой – это бессознательное стремление к целостности личного характера. С третьей – это критерий для процесса синтеза «эго». И наконец, внутренняя солидарность с групповыми идеалами и групповой идентичностью» [14, с. 185]. В целом, идентичность, по Эриксону, – осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго-состояний. Для рассмотрения природы социальных институтов значимым оказывается четвертый аспект определения понятия, связанный с общественной солидарностью. Определим это понятие. Социальная солидарность есть «ощущение внутренней солидарности с идеалами общества, подгруппы в нем, ощущение того, что собственная идентичность имеет смысл для уважаемых человеком других людей (референтной группы) и что она соответствует их ожиданиям» [14, с. 185]. Ч. Х. Кули тоже отмечал зависимость между представлением индивида о себе и восприятием его окружающими. Человек смотрится «зеркало» как в Другого, и, отражая внешние представления, создает о себе определенное мнение [5].

В рамках системного подхода [12] одним из главных факторов, образующих сетевую реальность, является коммуникация. Собственно, в усложненной реальности сетевого общества понимание коммуникации распадается на две составляющие, схватываемые понятиями «коммуникативное» и «коммуникационное». Коммуникативное понимается как передача смыслов в пространстве, а коммуникационное как техническое воплощение этой передачи [11]. При таком понимании коммуникации чрезвычайно важным становится понятие кода передаваемого сообщения. Код – это и есть смысл сообщения. И именно в расшифровке этого кода и содержится основная сложность коммуникации. Взаимодействие «Я – Ты», где «Ты» – референтная группа, «Другой» (Мартин Бубер) рассматривается в рамках формируемой сегодня дисциплины – коммуникативистики [10]. В частности, М. Кастельс, рассматривая коммуникации сетевого общества, обозначает процесс «интерактивного производства смысла». Он ссылается на исследования в области психологии коммуникации, выявившие высокую

способность людей «изменять означаемое получаемых ими сообщений в ходе их интерпретации в соответствии с собственными культурными фреймами и смещениями сообщений из одного конкретного источника с их разнообразным набором коммуникационных практик» [4, с.152–153].

Коммуникация есть коллективная передача смысла в процессе обмена информацией. Исследователь замечает, что определяя собственное означаемое в процессе приема означаемого сообщения, адресат конструирует смысл сообщения для собственной практики, основываясь на материалах полученного сообщения, но одновременно включая его. Подобное мнение высказывает и Н. Луман в статье «Что такое коммуникация» [9], где одной из трех структурных частей, так называемой «селекций» коммуникации (наряду с информацией и сообщением), является категория понимания/непонимание. Таким образом, он обозначает потерю зависимости понимания кода сообщения от субъекта. Восприятие субкода, по мнению исследователя, как бы выпадает из процесса коммуникации, существует особняком (здесь отражается авторская концепция аутопоэзиса, где сознание коммуникантов предстают как две самореферентные системы). Эта мысль проводится и другим классиком – Умберто Эко, который в статье «Оказывает ли аудитория отрицательное влияние на телевидение?» – отмечает способность большинства людей добавлять собственные коды и субкоды к кодам отправителя, формирующего означаемое этого сообщения. Адресат и адресант при интерпретации кода вовлекают собственные коды. Это нарушает отношение между означаемым и означаемым в сообщении и «фильтрует означаемое для получения различных вариантов означаемого» [4]. Потерю связи между означаемым и означаемым отмечает и Ж. Бодрийяр как маркер «конца социального» [3]. Описывая социальную «массу», он выделяет ряд присущих ей поведенческих черт. Одной из таких черт является так называемая «потеря означаемого» как факта, характеризующегося утратой способности (вследствие личного нежелания субъектов), рефлексировать код сообщения; масса воспринимает смысл на основе готовых паттернов.

В современном обществе в качестве таких паттернов-кодов, содержащих готовые коммуникативные смыслы, выступают общественные институты. Понятие «инсти-

тут» принимается в социологии для определения устойчивого комплекса правил – формальных и неформальных принципов, норм, установок, существующих для регуляции сфер человеческой деятельности и организующих систему статусов и ролей [11]. В рамках методологии социального конструктивизма П. Бергера и Т. Лукмана, процесс институционализации обуславливается внутренней нестабильностью человеческого существования. Именно она подталкивает индивида к постоянному обеспечению упорядоченного окружения своего поведения. Эти антропологические черты – факторы формирования социального порядка, невозможного без социальных институтов.

Обращение к методологической концепции П. Бергера и Т. Лукмана продиктовано целью нашей работы, а именно: рассмотреть проблемы конструирования идентичности в условиях институционализации персональных данных личности в сетевом обществе. Рассмотрение концепции обусловлено тем, что все еще, в правовом аспекте, продолжающаяся институционализация персональных данных означает процесс конструирования условий существования «собственной природы» человека, условий, в которых потребности человека удовлетворялись бы должным образом (в нашем случае, была бы решена существующая проблема кризиса персональной идентичности). Кризис персональной идентичности – это кризис самоидентификации личности в обществе [10, 12]. Проблема состоит в том, что в условиях постоянно умножающейся социальной дифференциации, современный человек вынужден исполнять слишком большое количество социальных ролей. В этих условиях он не чувствует себя идентифицированным настолько полно, чтобы ответить себе «кто он есть», потому что ни одна из этих ролей не удовлетворяет его представлениям о самом себе [7].

Персональные данные – это идея абсолютного различия; это сведения, с помощью которых лицо определенным образом может быть идентифицировано. Накопление разного рода персональных данных – отдельных фактов человеческой жизни (формой которых в современном мире предстают сведения, публикуемые в социальных сетях, интернет-блогах) является формой выстраивания собственной биографии [7]. Такая биографическая модель – одна из стратегий преодоления кризиса идентичности. В ее рамках человек снова и снова определяет кто он, отсылая самого

себя к напоминаниям о нем самом, к фактам собственной жизни. Нужно заметить, что на этот существующий в обществе запрос во многом отвечает широкое развитие сети интернет, которая дает возможность постоянного предоставления кодовой информации (данных) о фактах собственной жизни. Биографическая стратегия связана со стратегией партиципации. Партиципация – это конструирование идентичности через осознание принадлежности себя к какой-либо группе, под которой понимаются функциональную и сегментивную формы принадлежности. Функциональная – это данные о профессии, исполняемых социальных ролях. Сегментивная форма – это данные о религиозной, государственной, национальной принадлежности [6]. Эти стратегии взаимосвязаны. Они образуют единый код самоидентификации личности, принимаемый за институт, исполняющий в обществе определенную функциональную роль. Суть этой роли в упорядочивании определённой системы общественных отношений. Таким образом, в основе возникновения института персональных данных лежит идея идентификации индивида.

В рамках конструктивистской методологии модель институционализации предполагает наличие четырех стадий конструирования социального института: типизации, хабиутализации, институционализации и легитимации. Попробуем рассмотреть их чуть более подробно. Итак, процесс институционализации подготавливается процессами хабиутации и типизации. Надо сказать, что границы данных процессов едва ли обозначены четко, это связано с тем, что они в большей степени взаимозависимы друг от друга.

Всякая человеческая деятельность или возникающее в обществе явление подвергается процессу хабиутализации, то есть, другими словами, опривычиванию. Любое действие, или необходимость, в котором нуждается общество, становится образцом поведения, или нормой – готовым паттерном, который «освобождает индивида от бремени «всех этих решений», процесса постоянного рефлексии [1, с. 90–91]. Данный факт приносит психологическое облегчение, в конечном счете, устраивает комфортный для личности общественный порядок. Процесс хабиутализации тесно связан с взаимодействием с «Другим», что приводит к возникновению взаимных типизаций, «опривыченных» в играемых человеком ролях. На этапе типизации происходит

формирование конструкта на уровне общественного сознания, зачастую возникающего отдельно от восприятия индивида как данность, уже не рефлекслируемая им. Таким образом, возникает совокупность взаимно типизированных действий, хабиитуализированных для каждого в ролях. Авторы замечают, что «несмотря на то, что эта взаимная типизация ещё далека от институционализации (пока присутствуют только два индивида, нет возможности для типологии деятелей), ясно, что институционализация уже присутствует здесь *in nucleo*» [1, с. 90–91]. Иначе говоря, любая такая типизация формально уже является институтом. Осознаваемая индивидами потребность в личной идентификации, возникающая как запрос на отделение «Себя» от «Другого», поддерживаемая этим «Другим», – определила объективную потребность возникновения института персональных данных личности.

Институционализация – это этап осознания индивидами, относящимися к предыдущему поколению, искусственно сконструированной природы института. По мере развития, институт (в данном случае институт персональных данных) помимо существующих типизированных коллективных представлений, приобретает системы социального контроля и санкций, образцов поведения, учреждений, нормативных норм, функционирующих для поддержания его стабильности. На этой стадии возрастает роль явлений экстернализации и объективации, то есть когда человек и его социальный мир взаимодействуют друг с другом, человеческий продукт оказывает обратное воздействие на производителя.

Заключающая стадия формирования института – легитимация, базирующаяся на механизме оправдания сложившейся в обществе системы, способах его «объяснения» и оправдания, вынужденно возникающих при передаче принятой реальности социального мира в процессе передачи её новым поколениям. Для нового поколения институционализированная до них реальность воспринимается как традиция, утратившая первоначальный смысл и функциональную необходимость. Задача «отцов» состоит в том, чтобы объяснить новому поколению, или даже «заново выдумать» для них исчерпывающие смыслы, оправдывающие существование институционального порядка [1, с.100–104]. Таким образом, институциональный мир воспринимается индивидом в качестве объективной реальности. Институты в качестве исторических

и объективных фактичностей предстают перед индивидом как неоспоримые факты. Институты сопротивляются попыткам индивида изменить их или обойтись без них, имеют принудительную власть над ним. Бергер и Лукман отмечают, что объективная реальность институтов не становится меньше от того, что индивид не понимает их цели и способы действия [1, с. 111–112].

В этом процессе, на наш взгляд, и выявляется зависимость проблемы кризиса личной идентичности от института персональных данных, ведь само существование данной проблемы указывает на утрачивание функциональной оправданности существования института. Дело в том, что сетевом мире, в условиях постоянно усложняющейся реальности, обусловленной проникновением и интенсификацией использования во всех сферах жизнедеятельности информационно-коммуникативных технологий, «идентичность» вынуждена постоянно приобретать новые свойства и характеристики (персональные данные). Однако парадокс состоит в том, что такое лихорадочное создание данных, их накопление человеком, никогда не сможет до конца отразить его личностную идентификацию. Антропологически эту проблему можно сформулировать следующим образом: современный человек всегда ощущает, что он богаче предложенной ему формы идентичности, навязываемой ему социальным институтом персональных данных. Таким образом, с утратой условий, при которых формировался институт персональных данных, институт утрачивает свои функции, не решая проблему личной идентичности.

Список литературы

1. Бергер П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман; пер. Е. Д. Руткевич. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
2. Балич Н.Л. Социальная идентичность: Теоретико-Методологические основания социологического анализа // Социологический альманах. – М., 2013. – № 4. – 504 с.
3. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства или Конец социального / Ж. Бодрийяр; пер. с англ. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000. – 105 с.
4. Кастельс, М. Власть коммуникации / М. Кастельс; пер. Н.М. Тылевич, А.И. Черных. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.
5. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок. – М.: Идея-Пресс, 200. – 320 с.
6. Куренной В.А. Иррациональная сторона рационального // Отечественные записки, – М., 2013. – С. 70–78.
7. Куренной В.А. [Электронный ресурс]. – URL: <http://postnauka.ru/video/2722>. (Дата обращения: 17.12.2017).
8. Летов Е.В. Сетевая идентичность в контексте культурных процессов информационного общества // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – М., 2013.

9. Луман Н. Что такое коммуникация; пер. Д. Озирченко / Н. Луман // Социологический журнал. – М.: Институт социологии Российской академии наук. 1995. – С.114–124.
10. Михайлова Т.Л. Системный подход в коммуникативистике // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2007. – №3. – С. 64–71.
11. Михайлова Т.Л. Об онтологических основаниях коммуникативистики // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций: материалы Международной научно-практической конференции. Нижегородский государственный технический университет им.Р.Е. Алексеева. 2016. – С. 249–253.
12. Михайлова Т.Л. Новая системная парадигма как методологическая основа управления социальными и информационно-коммуникативными системами // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2009. № 1. – С. 6–20.
13. Писанова Т.В. Динамика осмысления политической самоидентификации в период социокультурного кризиса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – М., 2014.
14. Полтавская Е.И. О понятии «социальный институт» // Социологические исследования (СОЦИС). – 2009. – № 3. – С. 68–71.
15. Родин, К. Проблема ложной идентичности // Философская антропология. – М., 2015.
16. Фрейдджер Р. Теории личности и личностный рост / Р. Фрейдджер, Д. Фэйдимен. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2004. – 608 с.