

УДК 316.454

DOI: 10.18799/26584956/2024/3/1885

Шифр специальности ВАК: 5.7.7

Проблема социокультурной идентичности в интернет-пространстве на примере идеологии космополитизма

В.А. Терлецкий[✉]

Томский государственный университет, Россия, г. Томск

[✉]kraylog@gmail.com

Аннотация. Актуальность проблемы социокультурной идентичности в интернет-пространстве связана с глобализацией и цифровизацией, которые стирают культурные границы и способствуют культурной гомогенизации. В связи с возникновением новых форм социального взаимодействия, которые открывает Интернет, пересматривается значение понятия «идентичность». В Интернете общее пространство представляет собой прямой результат синергии и взаимосвязанности. Одним из важнейших факторов развития коллективной идентичности является коммуникация. Интерес к данной проблеме обусловлен воздействием медиапространства на человека и его социокультурную идентичность. **Цель:** анализ влияния идеологии космополитизма в виртуальном пространстве на идентичность и образ жизни людей. **Результаты:** доказано, что Интернет стирает географические и культурные границы, что приводит к формированию идентичностей, которые объединяют элементы разных культур, создавая новые формы культурного опыта. **Выводы:** различие между реальной и виртуальной идентичностью становится более заметным. Люди могут вести совершенно разные жизни онлайн и офлайн, что может создавать конфликты или, наоборот, обеспечивать более полное выражение своей индивидуальности. Интернет не только предоставляет новые возможности для самовыражения и культурного обмена, но и бросает пользователям новый вызов в отношении понимания и сохранения своей идентичности в условиях постоянно меняющегося цифрового ландшафта.

Ключевые слова: кризис идентичности, космополитизм, глобализация, цифровизация

Для цитирования: Терлецкий В.А. Проблема социокультурной идентичности в интернет-пространстве на примере идеологии космополитизма // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2024. – Т. 52. – № 3. – С. 128–135. DOI: 10.18799/26584956/2024/3/1885

UDC 316.454

DOI: 10.18799/26584956/2024/3/1885

Problem of socio-cultural identity in the Internet space on the example of the ideology of cosmopolitanism

V.A. Terletsky[✉]

National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation

[✉]kraylog@gmail.com

Abstract. Relevance. Relevance of the problem of socio-cultural identity in the Internet space is associated with globalization and digitalization, which erase cultural boundaries and contribute to cultural homogenization. New forms of social interaction that the Internet opens up force us to reconsider the meaning of such a concept as identity. On the Internet, a common space is a direct result of synergy and interconnectedness. One of the most important factors in the development of collective identity is, and has always been, communication. Interest in this problem is due to the influence of the media space on a person and his socio-cultural identity. **Aim.** To analyze the influence of the ideology of cosmopolitanism in the virtual space on the identity and lifestyle of people. **Results.** It is proven that the Internet erases geographical and cultural boundaries, which leads to the formation of identities that combine elements of different cultures, creating new forms of cultural experience. **Conclusions.** The difference between real and virtual identity is becoming more noticeable. People can lead completely different lives online and offline, which can create conflicts or, conversely, provide a more complete expression of their identity. The Internet not only provides new opportunities for self-expression and cultural exchange, but also poses new challenges for users in terms of understanding and maintaining their identity in the context of an ever-changing digital landscape.

Keywords: identity crisis, cosmopolitanism, globalization, digitalization

For citation: Terletsky V.A. Problem of socio-cultural identity in the Internet space on the example of the ideology of cosmopolitanism. *Journal of wellbeing technologies*, 2024, vol. 52, no. 3, pp. 128–135. DOI: 10.18799/26584956/2024/3/1885

Введение

Изучение потери и трансформации социокультурной идентичности в интернет-пространстве – это относительно новая область философского и социокультурного анализа. Однако ряд философов и теоретиков, работающих в смежных областях, затрагивают вопросы, связанные с трансформацией идентичности в цифровую эпоху.

Мануэль Кастельс в своих книгах «Информационная эпоха. Экономика, общество и культура» [1] и «Галактика Интернет» [2] анализирует влияние информационных технологий на общественные структуры и идентичности. Он изучает, как Интернет и новые медиа изменяют социальные взаимодействия и формируют новую модель общественной идентичности. Французский философ Жан Бодрийяр в своих работах «Общество потребления» [3] и «Симулякры и симуляция» [4] рассматривает, как современные медиа и потребительская культура создают гиперреальности и влияют на восприятие идентичности и реальности. Хотя его труды не посвящены исключительно Интернету, они актуальны для понимания изменений в идентичности в цифровую эпоху. Джудит Батлер, известная своей книгой по вопросам гендера и идентичности «Сила ненасилия: Сцепка этики и политики» [5], рассуждает о том, как идентичности формируются и конструируются. Хотя её работа фокусируется на гендерной проблематике, её идеи применимы и к более широким вопросам индивидуализма в цифровую эпоху.

Также стоит отметить, что большой вклад в изучение социокультурной идентичности и идентичности в сети внесли известные труды выдающихся исследователей и философов: «Профанации» [6] Джорджо Агабмена, «Понимание медиа: внешние расширения человека» [7] Маршалла Маклюэна, «Индивидуализированное общество» [8] Зигмунта Баумана и др.

Анализ потери социокультурной идентичности в интернет-пространстве требует междисциплинарного подхода и сочетания философских, социологических и культурологических теорий. Философы и теоретики, упомянутые выше, предлагают ценные инструменты для анализа изменений, происходящих в идентичности под влиянием новых медиа и технологий.

Участники сетевой коммуникации лишены достоверной информации друг о друге, и в этих условиях происходит конструирование образа пользователя и образа виртуального собеседника. В виртуальных системах общаются не реальные люди, а, согласно терминологии постмодернизма, симулякры этих людей. Покидая реальность, человек создает себе новый

образ, часто не имеющий ничего общего с реальным его положением. Главное – остаться неузнанным, сыграть роль, иногда противоположную своей жизненной. Человек может выбрать для себя любой возраст, пол, социальный статус, имя.

Интернет влияет на формирование индивидуальной идентичности, поскольку люди все больше полагаются на свои собственные ресурсы для создания целостной идентичности в рамках открытого процесса самообразования как символического проекта за счет использования доступных им символических материалов.

Как идеология космополитизма влияет на идентичность в медиапространстве

Взаимодействие космополитических идей и социокультурной идентичности приводит как к позитивным изменениям, так и к вызовам. Космополитизм продвигает идею глобального единства и солидарности, что может способствовать культурному смешению и взаимопониманию [9]. Однако эта интеграция может также содействовать тому, что отдельные культурные особенности и традиции начинают терять свою уникальность.

Это может ощущаться как потеря идентичности, когда локальные культуры и традиции становятся менее заметными в глобальном контексте. Глобализация и космополитизм часто сопровождаются распространением унифицированных стандартов и практик, таких как западные модели потребления, образа жизни и медиа. Это может привести к снижению культурного разнообразия и уменьшению роли традиционного единства, которое не соответствует глобальным стандартам. В ответ на глобализацию и космополитизм многие культуры начинают адаптироваться и смешивать свои традиционные элементы с элементами других культур. Подобная гибридизация может создавать новые формы идентичности, но также может вызывать чувство потери связи с традиционными культурными корнями.

Интернет и социальные сети создают новые формы идентичности, которые могут влиять на восприятие собственной культурной принадлежности. Пользователи могут создавать цифровые «облики», которые отличаются от их действительных культурных и социально-экономических реалий. На практике культурная идентичность может начать теряться на фоне цифрового представления. Глобальные культурные и экономические силы могут оказывать давление на меньшие культуры, вынуждая их адаптироваться или ассимилироваться. Это может привести к тому, что уникальные культурные черты и традиции теряются или становятся менее заметными, а господствующая культура начинает доминировать в медиапейзаже и общественном восприятии. Люди, которые живут в глобализованном мире, могут сталкиваться с внутренними конфликтами между локальными и глобальными аспектами своей идентичности. Это может приводить к чувству фрагментации или неоднозначности в вопросах культурной принадлежности и самоопределения.

Один из сторонников космополитизма – современный немецкий философ Юрген Хабермас – видит в космополитической идее выход из возникших проблем современности. Выстраивая свою аргументацию с опорой на кантовский проект, он полагает, что справедливое сосуществование наций может быть достигнуто посредством правового оформления международных отношений, а не на фундаменте морализации [10]. В своих работах он акцентирует внимание на важности глобальной солидарности и единства в разнообразии. Он утверждает, что в условиях глобализации необходима новая форма общественного участия и диалога, которая поможет преодолеть национальные и культурные барьеры. Для Хабермаса важна коллективность: именно всеобщее «мы» может противостоять кризисам национальных государств, справиться с динамичным развитием экономики и предотвратить потерю идентичности внутри коллективного. Государствам по отдельности необходимо, по его мнению, постепенно вовлекаться в процессы кооперации. Тут возникает вопрос – «Сможет ли в гражданских обществах и у политической общественности единой системы, занимающей территории многих стран, сложиться сознание необходимости космополитической солидарности?» [11, с. 36].

В своих политических очерках философ размышляет о судьбе Европейского государства, национальности, гражданстве и правах человека. Затрагивая каждую из этих тем, Хабермас всё чётче артикулирует свою позицию в отношении всемирного гражданства. Он констатирует неизбежный упадок национальных государств, поскольку проблемы, возникающие в процессе глобализации средств сообщения, коммуникаций, экономического производства, экологических и военных катастроф, уже не могут быть решены в рамках национальных государств или в рамках уже привычных соглашений между суверенными государствами [12].

Хабермас считает, что качественная коммуникация в Интернете может способствовать формированию публичного пространства, где различные социокультурные идентичности могут встречаться и взаимодействовать. Однако для этого необходимо создать условия для открытого и уважительного диалога, что часто затрудняется анонимностью и агрессивностью сетевого общения. Критики могут отмечать, что Хабермас иногда слишком оптимистично относится к потенциалу Интернета как платформы для демократии и солидарности. В реальности цифровая среда может также усиливать культурные и политические разделения. В целом идеи философа подчеркивают важность активного участия в диалоге и осознания социокультурной идентичности как динамичного и многослойного процесса, что особенно актуально в контексте современного интернет-пространства.

При подходе к изучению критики влияния космополитизма на потерю идентичности необходимо учесть работу Ричарда Рорти, философия которого имеет неоднозначный характер. Его подход заключается в том, что, с одной стороны, он является этноцентристом, патриотом своей страны, которую он пытается защитить, обвиняя интеллектуалов в предательстве, а с другой – он пропагандирует солидарность, смысл которой заключается в том, чтобы признать существующие между людьми различия как несущественные, по сравнению с теми сходствами, которые между нами есть. По Рорти, люди неизбежно оказываются перед дилеммой: либо – предпочитают воспринимать других как таких же, как и себя (то есть отрицают идентичность других), либо оказываются абсолютно безразличными к другим, поскольку необходимым условием для нашего сострадания является идентичность нам самим: «или мы проходим мимо человека – его словно не существует для нас, – или видим в нем отражение самих себя» [13, с. 10]. Позиция Ричарда Рорти ставит под сомнение традиционные представления о сущности и фиксированных идентичностях. Он подчеркивает, что идентичность формируется в процессе взаимодействия с окружающим миром и другими людьми. Потеря или трансформация идентичности, по его мнению, не обязательно являются негативными явлениями. Это может быть частью более широкого процесса самоопределения и адаптации к изменяющимся условиям. Критики могут указать на то, что такая гибкость в понимании идентичности может приводить к чувству утраты стабильности или ориентиров. Тем не менее Рорти предлагает возможность для более инклюзивного и открытого подхода к идентичности, где разнообразие мнений и опытов обогащают человеческое понимание себя и других. Таким образом, его позиция может быть воспринята как приглашение к более гибкому и контекстуальному осмыслению идентичности, что особенно актуально в условиях глобализации и культурного разнообразия.

Наиболее влиятельным критиком космополитизма является американский социолог Сэмюэл Хантингтон, который предложил свою концепцию, основанную на этнокультурном разделении обществ. Хантингтон говорит о необходимости здорового национализма, поскольку «национальная идентичность стоит перед вызовом мультикультурализма, который подрывает ее снизу, и космополитизма, который размывает ее сверху» [14, с. 93]. Философ подчеркивает, что патриотизм уже не в моде у современных американцев-интеллектуалов или денационализированной элиты, как их называет сам Хантингтон. Путешествующие ученые, журналисты, исследователи и бизнесмены подрывают американскую самобытность и представляют угрозу американскому единству: «Патриотизм – это достоинство, универса-

лизм – это не американизм. Национализм – это не изоляционизм» [14, с. 56]. Критики космополитизма утверждают, что принятие всех людей как членов единой всемирной общности может привести к потере культурной и национальной идентичности. Они могут опасаться, что космополитизм способствует культурному размыванию и гомогенизации.

Хантингтон считал, что идентичности и культурные различия между цивилизациями играют ключевую роль в формировании глобальной политики. Он полагал, что космополитизм может угрожать культурному самосознанию и традициям, особенно в контексте неравномерного влияния западных ценностей на другие культуры. Он предупреждал о возможных конфликтах, возникающих из-за попыток навязывать универсальные идеалы, что может привести к сопротивлению со стороны культур, стремящихся сохранить свои уникальные особенности. Таким образом, воздействие космополитизма, по мнению Хантингтона, может быть двойственным: с одной стороны, он может способствовать глобальному взаимодействию, но с другой — усугублять культурные трения и конфликты, если не учитывать местные идентичности и традиции. В этом контексте Хантингтон подчеркивает важность уважения к культурному многообразию и понимания его роли в мировой политике.

Возникновение медиатизированного космополитизма как более современной и адаптивной формы космополитизма

Интернет, телевидение, социальные сети и другие медиаплатформы играют ключевую роль в формировании глобальных ценностей и идентичностей. В современном информационном обществе идеология космополитизма трансформировалась в медиатизированный космополитизм. В этой статье вводится в научный оборот новое русскоязычное понятие. Медиатизированный космополитизм представляет собой форму космополитизма, которая активно использует средства массовой информации, такие как телевидение, Интернет и социальные сети, для пропаганды и поддержки своих идей и ценностей. Это означает, что идеи космополитизма широко распространяются и влияют на общественное сознание через медиа. Медиатизированный космополитизм отличается от традиционных форм космополитизма тем, что он активно использует современные медиа и технологии для формирования и распространения космополитических идей и практик. Он представляет собой более современную и адаптивную форму космополитизма, учитывающую влияние цифровых технологий на взаимодействие между культурами и обществами.

Мировое гражданство подразумевает философский и этический подход, в котором акцентируется внимание на правовой и моральной ответственности перед всем человечеством, независимо от национальной принадлежности. Среди отрицательных сторон идеи всемирного гражданства, которые выделяют современные исследователи, можно выделить два наиболее явных минуса. Принято считать, во-первых, потерю индивидуализма и идентичности; во-вторых, ослабление национальных и культурных особенностей конкретного государства, которые веками складывались на данной территории (приверженцы патриотизма относятся к космополитическим идеям негативно, полагая, что они подрывают их ценности).

Люди, сильно привязанные к своей национальной идентичности и интересам своей страны, могут критиковать космополитизм за предполагаемое игнорирование национальных интересов и суверенитета государств. Они могут считать, что космополитические идеи угрожают культурной и национальной сущности и приводят к потере важных аспектов национальной самобытности. Концепция космополитизма как идеи об универсальной принадлежности к человечеству и глобальном гражданстве имеет древние корни, однако исследования о влиянии медиа на формирование космополитических идентичностей стали активно развиваться только в последние десятилетия.

Медиатизированный космополитизм предоставляет ряд механизмов и подходов, которые могут влиять на способ генерации и восприятия самоидентичности. Он часто подчеркивает

ценность культурного разнообразия и важность понимания различий между людьми. Это может способствовать повышению осознанности о собственной идентичности и идентичности других, что приведет к более глубокому пониманию себя в контексте мирового сообщества. Идеология космополитизма предоставляет доступ к разнообразным культурным контентам из разных стран и регионов мира. Подобное будет помогать людям изучать и понимать различные культурные идентичности и влиять на их собственное представление о себе. Социальные медиа и другие медийные платформы могут служить местом для обмена мнениями, идеями и культурными выражениями между людьми из разных культур. В будущем это способствует развитию самоидентичности путем взаимодействия и общения с представителями других культур. Медиатизированный космополитизм формирует у людей мультикультурный образ мышления, что означает способность адаптироваться к различным культурным контекстам и видеть себя как часть более широкого мирового сообщества. В кино, телевидении, литературе и других медийных форматах часто используются персонажи и сюжеты из разных культур, что может помочь зрителям лучше понять и оценить различные культурные идентичности.

Медиатизированный космополитизм становится инструментом для преодоления проблемы самоидентичности путем создания более открытого и толерантного культурного пространства, где люди могут исследовать и развивать свою собственную идентичность в контексте мирового разнообразия.

Несмотря на то, что космополитизм претерпел ряд изменений, касающихся идеологической составляющей от стоического до медиатизированного, он, благодаря влиянию медиа, преобразился и стал более устойчивым к критике. Современная идеология космополитизма постепенно освобождается от утопического «прошлого», в котором побеждали критики-декосмополиты, потому что связывали себя с местом и национальностью. Сегодня космополитические идеи связаны с ценностью культурного разнообразия и важностью понимания различий между людьми благодаря медиа. Это способствует повышению осознанности о собственной идентичности и идентичности других, что приводит к более глубокому пониманию себя в контексте мирового сообщества.

Заключение

Трансформация социокультурной идентичности в интернет-пространстве представляет собой сложный процесс, в котором взаимодействуют различные факторы, включая глобализацию, технологические изменения и культурные обмены. Интернет предоставляет доступ к информации из разных культур и регионов, что способствует формированию гибридных идентичностей. Люди могут черпать элементы из различных культур и интегрировать их в свой сконструированный образ, создавая уникальные культурные комбинации. Онлайн-платформы, такие как социальные сети, блоги и форумы, дают человеку возможность выразить свою индивидуальность и социокультурную идентичность. Пользователи могут создать и поддерживать несколько различных аспектов своего интернет-образа, отражая его через контент, который они создают и используют. Это включает в себя интерес к субкультурам и социальным движениям. Анонимность в Интернете позволяет людям экспериментировать с различными аспектами своей идентичности, не беспокоясь о последствиях в реальной жизни. О последствиях потенциальной безнаказанности стоит только догадываться.

Интернет также способствует быстрому распространению культурных трендов и идей. Люди из разных уголков мира могут обмениваться культурными практиками, что влияет на их личные и коллективные идентичности. Данный обмен может привести к значительным изменениям в восприятии культур и традиций как на индивидуальном, так и на коллективном уровне. Медиапространство позволяет формировать и поддерживать сообщества и субкультуры, которые могут играть важную роль в развитии социокультурной идентичности.

Аналогичные группы часто создаются вокруг общих интересов, убеждений или культурных практик, которые могут быть малоизвестны или не распространены в основной культуре. Платформы, такие как YouTube, TikTok и др., предоставляют пространство для создания и использования контента, который может играть значительную роль в социокультурной идентичности. Пользователи могут быть вдохновлены или подвержены влиянию медийных фигур, трендов и культурных практик, которые они видят в сети.

Таким образом, Интернет стирает географические и культурные границы, позволяя людям взаимодействовать с культурными и социокультурными элементами из других стран. Это взаимодействие может приводить к формированию идентичностей, которые объединяют элементы разных культур, создавая новые формы культурного опыта. Различие между реальной и виртуальной идентичностью становится более заметным. Люди могут вести совершенно разные жизни онлайн и офлайн, что может создавать конфликты или, наоборот, обеспечивать более полное выражение своей индивидуальности. Интернет не только предоставляет новые возможности для самовыражения и культурного обмена, но и ставит перед пользователями новые вызовы в отношении понимания и сохранения своей идентичности в условиях постоянно меняющегося цифрового ландшафта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 609 с.
2. Кастельс М. Галактика Интернет. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 327 с.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры. – Москва: Республика: Культурная революция, 2006. – 268 с.
4. Бодрийяр Жан. Симулякры и симуляции. – Москва: Постум, 2015. – 238 с.
5. Батлер Дж. Сила ненасилия: Сцепка этики и политики. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. – 224 с.
6. Агабмен Дж. Профанации. – М.: Гилея, 2014. – 147 с.
7. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Канон-Пресс-Ц, 2003. – 464 с.
8. Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
9. Терлецкий В.А. Идеология космополитизма в современном информационном обществе // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2024. – Т. 52. – № 1. – С. 69–78. DOI: 10.18799/26584956/2024/1/1727.
10. Хабермас Ю. Расколотый Запад. – М.: Весь мир, 2008. – 192 с.
11. Хабермас Ю. Политические работы. – М.: Праксис, 2005. – 368 с.
12. Хабермас Ю. Вовлечение другого: очерки политической теории. – СПб.: Наука, 2001. – 417 с.
13. Рорти Р. Случайность, ирония и солидарность. – М.: Русское феноменологическое общество, 1996. – 282 с.
14. Хантингтон С. Здоровый национализм // Русский журнал. URL: <http://old.russ.ru/politics/20011112-hun.html> (дата обращения 06.05.2024).
15. Castells M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society // International Journal of Communication. – 2007. – № 1. – P. 238–266.

Информация об авторах

Владислав Александрович Терлецкий, аспирант кафедры онтологии, теории познания и социальной философии философского факультета Национального исследовательского Томского государственного университета, Россия, 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36; kraylog@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0009-7541-2708>

Поступила в редакцию: 20.06.2024

Поступила после рецензирования: 20.08.2024

Принята к публикации: 30.09.2024

REFERENCES

1. Castells M. *The Information age: economy, society, and culture*. Moscow, HSE Press, 2000. 609 p. (In Russ.)
2. Castells M. *The Internet galaxy*. Ekaterinburg, U-Faktoria Publ. House, 2004. 327 p. (In Russ.)

3. Baudrillard J. *Consumer society: its myths and structures*. Moscow, Respublika Publ., Cultural Revolution Publ., 2006. 268 p. (In Russ.)
4. Baudrillard Jean. *Simulacra and simulations*. Moscow, Postum Publ., 2015. 238 p. (In Russ.)
5. Butler J. *The power of nonviolence: the link between ethics and politics*. Moscow, Higher School of Economics Publ. House, 2022. 224 p. (In Russ.)
6. Agabmen J. *Profanations*. Moscow, Gilea Publ. House, 2014. 147 p.
7. McLuhan M. *Understanding media: external extensions of man*. Moscow, Canon-Press-C Publ. House, 2003. 464 p. (In Russ.)
8. Bauman Z. *Individualized society*. Moscow, Logos Publ. House, 2005. 390 p. (In Russ.)
9. Terletsky V.A. Ideology of cosmopolitanism in the modern information society. *Journal of wellbeing technologies*, 2024, vol. 52, no. 1, pp. 69–78. (In Russ.) DOI: 10.18799/26584956/2024/1/1727.
10. Habermas J. *The Shattered West*. Moscow, Ves Mir Publ. House, 2008. 192 p. (In Russ.)
11. Habermas J. *Political works*. Moscow, Praxis Publ., 2005. 368 p. (In Russ.)
12. Habermas J. *Involving the other: essays on political theory*. St. Petersburg, Nauka Publ., 2001. 417 p. (In Russ.)
13. Rorty R. *Chance, irony, and solidarity*. Moscow, Russian Phenomenological Society Publ., 1996. 282 p. (In Russ.)
14. Huntington S. Healthy nationalism. *Russian Journal*. Available at: <http://old.russ.ru/politics/20011112-hun.html> (accessed 6 May 2024).
15. Castells M. Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 2007, no. 1, pp. 238–266.

Information about the authors

Vladislav A. Terletsky, Postgraduate Student, National Research Tomsk State University, 36, Lenin avenue, Tomsk, 634050, Russian Federation; kraylog@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0009-7541-2708>

Received: 20.06.2024

Revised: 20.08.2024

Accepted: 30.09.2024