

УДК: 316.613:303.7

DOI: 10.35254/bsu/2023.64.14

*Селюгина К.**Бишкекский государственный
университет им. К. Карасаева*

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ 'Я-КОНЦЕПЦИИ' В СОВРЕМЕННОМ КОНТЕКСТЕ НА ПРИМЕРЕ ЦИФРОВЫХ КОЧЕВНИКОВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Аннотация

Гиперсовременное общество оказывает свое влияние на специфику и изменение «я-концепции» современного субъекта. Одной из главных особенностей современности является тотализация роли киберпространства в жизни человека. В статье представлен теоретико-методологический анализ специфики группы цифровых кочевников, которые с точки зрения автора представляют собой один из ярких примеров проявления влияния дискурса гиперсовременности и киберреальности на формирование идентичности. Целью исследования является анализ влияния особенностей гиперсовременного общества на «я-концепцию» индивида на примере цифровых кочевников. Было показано, что цифровые кочевники стремятся преодолеть чувство отчуждения и избежать современных ограничений, создавая свой уникальный мир и определяя свою идентичность. Материалы проведенного исследования указывают на необходимость дальнейшего изучения «я-концепции» цифровых кочевников.

Ключевые слова: «я-концепция», гиперсовременное общество, киберпространство, цифровые кочевники, идентичность, миграция, потребление, кибер гетто, интернет, интеграция мигрантов

*Селюгина К.**К. Карасаев атындагы**Бишкек мамлекеттик университети*

АЗЫРКЫ КЫРДААЛДА ЗАМАНБАП САНАРИПТИК КӨЧМӨНДӨРДҮН «МЕН - КОНЦЕПЦИЯСЫНЫН» ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮНӨ ТЕОРИЯЛЫК-МЕТОДОЛОГИЯЛЫК АНАЛИЗИ

Кыскача мазмуну

Гиперзаманбап коом азыркы мезгилдеги субъектинин «мен - концепциясынын» өзгөчөлүгүнө таасирин тийгизип жатат. Азыркы коомдун негизги өзгөчөлүгү кибермейкиндиктин адам турмушундагы тотализациясы болуп саналат. Бул макалада автордун көз карашы боюнча гиперзаманбаптык жана киберреалдуулук дискурсуна иденттүүлүктүн калыптанышына тийгизген таасиринин ачык мисалы болгон санариптик көчмөндөр тобунун өзгөчөлүктөрүнө теориялык-методологиялык анализ жүргүзүлөт. Изилдөөнүн максаты гиперзаманбап коомдун өзгөчөлүктөрүнүн индивиддин «мен - концепциясына»

тийгизген таасирин талдоого алуу болуп саналат. Санариптик көчмөндөр алыстоо сезиминен уникалдуу дүйнө түзүү жана өзүнүн иденттүүлүгүн аныктоо менен арылууга аракет кылгандагы далилденген. Изилдөөнүн материалдары санариптик көчмөндөрдүн «мен - концепциясын» илимий изилдөө иштерин улантуу зарылчылыгын аныктады.

Түйүндүү сөздөр: «мен-концепциясы», гиперзаманбап коом, кибермейкндик, санариптик көчмөндөр, иденттүүлүк, миграция, колдонуу, кибергетто, интернет, мигранттардын интеграциясы.

Selyugina K.

*Bishkek state university
named after K. Karasaev*

SOME FEATURES OF THE 'SELF-CONCEPT' IN THE MODERN CONTEXT ON THE EXAMPLE OF DIGITAL NOMADS: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ANALYSIS

Abstract

The hypermodern society influences the specificity and evolution of the "self-concept" of the contemporary individual. One of the main characteristics of modernity is the central role of cyberspace in human life. This article presents a theoretical and methodological analysis of the specificity of the group of digital nomads, who, in the author's view, represent a vivid example of the influence of the discourse of hypermodernity and cyberreality on identity formation. The aim of the study is to analyze the impact of the features of hypermodern society on the "self-concept" of the individual, using the example of digital nomads. It has been shown that digital nomads seek to overcome the feeling of alienation and escape contemporary constraints by creating their unique world and defining their identity. The materials of the conducted research indicate the need for further study of the "self-concept" of digital nomads.

Keywords: self-concept, hypermodern society, cyberspace, digital nomads, identity, migration, consumption, cyber ghetto, internet, migrant integration.

Изучение влияния и взаимосвязи социального и психического в индивиде является основной проблемой изучения социальной психологии. Масштабные социально-культурные и экономические изменения, которые происходят в западном обществе последние десятилетия влекут за собой новые вызовы к переосмыслению категории «я-концепции». Представляется актуальным теоретико-методологический анализ влияния оказываемое гиперсовременным обществом на «я-концепцию» индивида. Целью статьи является теоретический анализ влияния особенностей гиперсовременного обще-

ства на «я-концепцию» индивида на примере цифровых кочевников.

Формат статьи не позволяет провести глубокий анализ всех элементов гиперсовременного дискурса. Мы ограничимся рассмотрением ключевых маркеров современности, таких как усиление роли киберреальности и гиперсовременности в повседневной жизни людей и их влияние на «я-концепцию». В качестве примера будет рассмотрен феномен цифрового кочевничества. Следует отметить, что в целях исключения методологической путаницы в рамках нашей работы мы рассматриваем категорию «я-концепция» и

идентичность как синонимичные. Это объясняется практически зеркальной схожестью большинства определений идентичности и «я-концепции» в научной литературе. Например, такой автор как Р. Бернс (Бернс, 1986) не делает различий между этими понятиями. Игишев В. Н. (Игишев, 2008) определяет идентичность как: «Ваш Я-образ или Я-концепция. Кем вы себя считаете. Целостность вашего существования». В данном определении понятие идентичности определяется через понятие «я-концепция». Joseph, E (Джозеф, 1965) предположил, что «Я-концепция», идентичность и самоощущение используются как синонимы для описания целостности физического и ментального Я.

Начиная с У. Джемса (Джеймс, 2018) предложившего категорию «я-концепции» и таких авторов как Э. Эриксон (Эриксон, 1996), Markus, H., Smith, J. (Маркус, Смит, 1985), Trafimow, D. (Трафимов, 1991), и др. понятие «я-концепция» рассматривалось через призму социального влияния на появление и формирование идентичности. Идентичность человека формируется и трансформируется на стыке между внешним окружением индивида и его внутриспсихическим самовосприятием. Исходя из этого пограничного положения можно предположить, что «я-концепция» является личностным ответом на диалектическую взаимосвязь индивида с социокультурными процессами современного ему общества.

По мнению З. Баумана (Бауман, 2001) интерес к переосмыслению и расширению всего, что связано с идентичностью связан с современными социальными изменениями, которые характеризуются принуждением к индивидуальности. Индивидуальность и связанная с ней идентичность в современном обществе являются частью дискурса об идеальном-я, над которым надо «работать», «конструировать» и совершенствовать. Фактически, идентичность рассматривается как

личный проект, некий бренд, который должен являться индивидуальным знаком конкретного человека. Фредерик Барт (Барт, 2006) предположил, что бесконечный поиск идентичности является ответом на безграничные и все более ускоряющиеся социальные и экономические процессы. Попытка установить хотя бы временные границы собственного «я» является важным мотивационным фактором в гиперсовременном обществе. Установление границ в свою очередь, вплетается в логику общества потребления, где идентичность может выражаться через стиль потребления товаров и услуг и сама становится товаром.

Можно предположить, что идентичность в массовом сознании приходит на смену классовым различиям. Превалирование дискурса о положении в социальной структуре и особенностях отдельных меньшинств, групп, идентичностей и их нарративов приобретает все большее влияние как в научной сфере, так и в сфере политики и социальных отношений.

Введение в контекст гиперсовременного общества

Одна из самых широко используемых категорий характеризующих современность через призму которой современные социальные психологи и философы исследуют «я-концепцию» является понятие метамодерн или гиперсовременность. Онтологически метамодернизм колеблется между модерном и постмодерном. Дать четкое определение метамодерну крайне сложно, так как само это явление провозглашающее множественность нарративов, отсутствие пространственных границ предполагает отсутствие четких характеристик как таковых. Мы можем рассматривать процессы, связанные с искусством и потреблением, а также изучать знаки и дискурсы, которые часто заимствуются из постмодернизма и модерна. Эти элементы активно циркулируют в со-

временном обществе и научном знании, и оказывают непосредственное влияние на формирование идентичности современного человека.

Жиль Липовецкий (Липовецкий, 2011) определил метамодерн как гиперсовременность, характеризующуюся соединением нарративных противоречий постмодерна и индивидуалистических устремлений. Избыточность и гипертрофированность становятся основными маркерами современности.

Одним из важнейших проявлений гиперсовременности является постепенное исчезновение психологического и социального пространства и времени. В гиперсовременном ускоренном обществе индивидуальное ощущение времени и пространства воспринимается как напряженный поток, без прошлого и будущего, важным становится только скорость и настоящее. На наш взгляд, мгновенность и непосредственность социальных отношений свойственна гиперсовременности находится в диалектической взаимосвязи с техническими новшествами, где каждый из гаджетов обещает быть быстрее чем предыдущий, а каждый индивид должен обладать теми же чертами, что и новейшая техника: быстротой и производительностью. Ускорение касается таких ключевых процессов как рынок, личность, политические трансформации, а также научного знания. В современности превалирует понятие сетевого или рыночного времени, где временные единицы настолько сжаты, что превращаются в «вневременное время». В атомарном времени секунда является официальной единицей измерения (до 1967 года это были сутки). Время задает темпоральность жизни человека, ритму его работы, отдыха и потребления, а также значительно влияет на его восприятие себя и своей жизни. Увеличивающаяся скорость вызывает тревогу остаться позади, не успеть за новыми тенденциями в экономике, культуре и обществе. Помимо

времени гипертрофируется и пространство. N. Bourriaud (Буррио, 2009) анализируя состояние современного общества, дает ему определение альтермодернизма, которое выражается в глобализации восприятия и кочевничестве, где мир начинает простираться за границы западной цивилизации. Но размывание границ отнюдь не предполагает экономического и культурного равенства, скорее расширение касается включения в потребление новых впечатлений, товаров и услуг.

Возрастающее влияние работы и рыночного потребления на идентичность человека, вызывает новые формы отчуждения. Становится безразличен не только результат своего труда, но и сама жизнь. Социальные контакты кажутся бессмысленными и утомительными. Отношения «я» с внешним миром оказываются нарушенными и индивид не в состоянии установить надежную связь между собственной личностью и другими.

Cushman, P. (Кушман, 1990) предположил, что современность и массовое потребление порождает вид особой, пустой идентичности. Причиной возникновения «пустого я» является западные идеи индивидуализма, потребления и автономии. Пустота заполняется товарами, мимолетными информационными сообщениями и чувствами к харизматичным лидерам мнений. Такое «я» способно сформировать лишь аддитивные или нарциссические отношения.

Gottschalk (Готтшалк, 2018) считает, что в условиях гиперреальности появился новый тип идентичности - «терминальное я», которое характеризуется взаимодействием лишь с помощью экранов, гаджетов и иных сверх-технологичных переходных объектов без реальной взаимной, эмпатичной встречи с другим. Техника выполняет двоякую функцию: с одной стороны, она разделяет людей, делая ненужным личное взаимодействие; с другой стороны, она обеспечивает мгновенную

коммуникацию и постоянное навязчивое виртуальное присутствие других.

Quintana Paz (Квантана, 2018) анализируя явление «пост-правды» предположил, что в современном обществе каждая группа может жить исходя из своей истины где другие взгляды на предмет могут просто не существовать. Индивидуальная или групповая истина является очень важной для формирования идентичности, при этом абсолютно не важно подкреплена ли истина какими-либо реальными фактами. Эксперты и интеллектуалы которые в современную эпоху являлись носителями некоего истинного знания, в эпоху метамодерна потеряли значительную часть своего авторитета. Ваттимо (Ваттимо, 2012) анализируя явление множества истин предрек появление кибергетто, в котором индивиды будут заперты в одном сегменте интернета, которое полностью отражает их мировоззренческую картину и в котором истины будут меняться в зависимости от смены взглядов участников локального сообщества.

Одной из самых важных «черт эпохи», является практически всеобщий доступ к интернет-технологиям. Интернет в силу своей специфики формирует новое дополнительное пространство - киберпространство. Оно играет огромную роль в том, как мы воспринимаем себя и мир.

Киберпространство и «я-концепция»

Увеличивающиеся доминирования киберпространства в повседневности современного человека является одним из основных маркеров оценки современного общества. Среднестатистический пользователь интернета проводит в сети около 40% (на момент 2022 года) из своей бодрствующей жизни. Можно предположить, что в сравнении с остальными ежедневными делами интернет занимает основную часть времени человека.

Находясь в киберпространстве психика погружается в состояние пассивности,

которое часто парадоксальным образом соседствует с возбуждением и сновидной, аутистической оторванностью от окружающего мира. Тотальность меняющихся образов, комментариев, сообщений других пользователей и рекламы заставляет погружаться во множество дискурсов, идей и стимулов забывая о объективной реальности. Когда становится тревожно, скучно или переполняет возбуждение человек хватается за гаджет как за спасательный круг устремляясь в понятную и контролируемую киберреальность (интересно, что это состояние феноменологически напоминает нахождение в больших торговых центрах, где потребителя затаскивают гиперстимулирующими привлекательными рекламными образами, что вводит субъекта в своеобразное оглушение). Можно предположить, что гаджет с его плоской и идеально гладкой зеркальной поверхностью является своеобразным щитом от реальности.

Киберпространство может служить источником для идентичности. Экран может иметь значение цифрового зеркала (особенно это касается блогов и страниц в социальных сетях). Смотрясь в это «черное зеркало» индивид может находить подтверждение своей идентичности, вернее ее идеальному воплощению. Мы хотим, чтобы нашу идентичность подтвердили другие пользователи, как в сказке «Белоснежка» где зеркало является обобщенными Другим подтверждающим или опровергающим идентичность мачехи. Tyminski, R. (Тимински, 2107) используя примеры из клинической практики показывает, что онлайн идентичность имеет такую же смысловую нагрузку для человека как и «оффлайн» самоидентификация. Анализируя младших подростков, проводящих время в онлайн игре, автор отмечает постепенное слияние игровых практик с действиями в реальности. Это напоминает случай с трехлетним ребенком, который пытался как бы смахнуть по

аналогии с закрытием приложения реальную ругающуюся на него мать (личное наблюдение).

Одним из важнейших особенностей киберпространства является его отношения с пространством и временем. Киберпространство или виртуальное пространство предполагает под собой такие характеристики как безграничность и вневременность. Находясь в интернете, субъективное переживание времени останавливается. Гиперпространство разрывает локальное в пользу безграничного, что в свою очередь влечет разрыв символически структурированного традиционного общества с его рамками и границами. Де-локализация предполагает под собой идеальную ситуацию для всеобщей коммуникации где информация может свободно циркулировать от одного пользователя сети к другому. В связи с отсутствием локальных границ общение между людьми, формирование сообществ по интересам больше не привязанно к географическим рамкам.

В виртуальном пространстве возникает собственный альтернативный мир где бестелесные «я» находятся в бесконечном блуждании и коммуникации. Пропадает не только время, но и пространство, так как интернет не имеет конечной точки он бесконечен и динамичен. Экран вызывает ассоциацию глади воды без дна, где всегда есть что-то еще. Сама идея пространства поддается редукции. Zhao, S. (Чжао, 2006) анализируя трансформацию пространства-временного континуума в гиперреальности предположил, что если раньше индивид ощущал себя с позиции «здесь» (в первую очередь это касалось телесного местоположения) и «сейчас» (как ощущение нахождения в настоящем времени), то на данный момент можно говорить о пространстве «там и сейчас».

Наличие виртуальных, воображаемых сообществ предполагает под собой расширение первичной и вторичной

группы, влияющей на формирование «я-концепции» индивида. Внешняя среда и ее агенты которые раньше влияли на формирование я-концепции теперь дополняются анонимными и возможно даже не живыми объектами (например рекламными корпорациями, которые предлагают соблазнительные я-образы). И если реальные агенты могут накладывать реальные ограничения, указывать на недостатки и применять санкции, то в киберпространстве можно с легкостью избежать любой критики просто закрыв страницу. Роль и восприятие Другого, его влияние на идентичность в реальности и киберреальности, несмотря на сходства, имеют и отличия.

Помимо изменения телесной я-концепции киберпространство оказывает влияние на социальную идентичность. Оценка другого и символическое положение относительно другого является одной из определяющих факторов для формирования идентичности.

Можно предположить, что объект в киберпространстве воспринимается как «карманный» другой, как «бы живущий в гаджете». Он всегда доступен в зависимости от времени, которое понадобится ему на ответ в «личных сообщениях» (если конечно пользователь захочет ему написать). К нему (точнее к его образу), его интимности, его высказанным интересам и мыслям можно обратиться в любое удобное время просто открыв страницу в социальной сети или мессенджер. При этом, мы зачастую не нуждаемся в непосредственном общении с объектом: он оценивается, рассматривается, выворачивается на изнанку при отсутствии какого-либо контакта. Это объект в основе своей фантазируемый, от него зачастую не требуется никакой ответ. Объект очень «послушен» для проекций и фантазий, так как он выставляет себя на показ и обычно не стремится вступить в какой-либо реальный личностный диалог. Интересно, что эта податливость всегда ощущается как субъективно не полная,

она всегда имеет что-то не высказанное, другой в своем молчании на наш вопрос всегда воспринимается как соблазнительно нарциссически замкнутый. В этой монологичности заключается ограниченность киберпространственного объекта в сравнении с диалогичным объектом, реальным. Киберпространственный объект безопасен, он больше «фантазии и желания» чем настоящий «не-я». В этом случае, формирование и поддержание идентичности только за счет объекта находящегося в киберпространстве будет неполным, так как реальный отдельный Другой там не доступен. При этом, можно предположить, что субъект будет искать подтверждение тому «кто он» у тех пользователей, которые примут любую его фантазию о себе и отсекают те мнения которые неприятны. «Благоустройство» своей «новостной ленты», исключение всего субъективно тревожного, инакового и является созданием «кибергетто».

С. Жижек (Жижек, 2004) рассматривая киберпространство и его влияние на социальное Я предположил, что навязчивое требование желания продуцируемое рекламными образами и общением в интернете делает индивида сверхпассивным, он уже не хочет ничего желать, ведь желания появляются там где существует запрет. Но стимулируя желание киберпространство не способно его удовлетворить. Мы захвачены желанием надеемся на его исполнение, но это оказывается всегда «не тоже самое». Эта фрустрация способствует тому, что от киберреальности очень сложно отстраниться надолго, оно всегда обещает исполнения чего-то загадочного способного дать «то самое» и никогда этого не дает.

Получая одобрение или неодобрение в социальных сетях мы формируем идеальный образ-я. Потребляя новые образы и тренды мы примеряем их на собственную личность или остаемся к ним равнодушны, отвергаем их, либо включаем их в свою

«я-концепцию». В условиях безграничного доступа к интернету можно буквально сконструировать свою идентичность используя уже готовые образцы для подражания без участия «реальных» людей. Стабильность идентичности может быть гарантированной шизоидным убежищем кибергетто, в котором она будет бесконечно подкрепляться единомышленниками. Таким образом, киберпространство может быть рассмотрено как место сновидного убежища, которое позволяет контролировать идентичность в фактическом отрыве от реальной социальной и культурной среды, примером этого предположения на наш взгляд служит феномен цифрового кочевничества.

Цифровые кочевники

Связь мобильности, как постоянного движения с успешностью, в противоположность неподвижности, которая все чаще воспринимается как социальное поражение характерная особенность во все более ускоряющемся современном обществе. В свою очередь, мобильность, как стиль жизни формирует основу для групповой и личностной идентичности.

Одним из симптоматичных проявлений гиперсовременности является набирающий популярность феномен цифрового кочевничества. Оно приобрело свое широкое распространение после эпидемии Covid-19, в течении которой многие работники были вынуждены работать вне офисов. Уже после снятия ограничений некоторые из них отказались от реального посещения офиса и «живой» связи с коллегами в пользу «удаленной работы» размещенной в киберпространстве интернет-мессенджеров. Офисы заменили страны (обычно восточноазиатского и африканского региона), которые ранее рассматривались как места для дешевого отпуска и досуга. В отличие от мигрантов, цифровые кочевники не останавливаются свой выбор на определенной стране, они

продолжают перемещаться от одной географической точки к другой, отрицая возможность укорененности в какой-либо из них. Обобщенный социальный портрет цифрового кочевника представляет собой молодого уроженца (от 20 до 40 лет) западных стран работа которого связана в первую очередь с цифровизацией и распространением интернет технологий, а личная жизнь не обременена семьей и детьми.

Dave Cook (Кук, 2023) проводя анализ явления «цифрового кочевничества» выделил несколько основных характеристик группы: Цифровые кочевники используют цифровые технологии для удаленной работы, у них есть возможность работать и путешествовать одновременно, они автономны в отношении частоты и выбора местоположения и посещают не менее трех мест в год, которые не являются их собственным домом, домом друга или семьи. Тело цифрового кочевника перемещается по земному шару, в то время как его сознание часто находится в киберпространстве, которое можно рассматривать как своеобразную "домашнюю базу".

Основной дискурс цифровых кочевников, на котором основывается их концепция "я", включает атомизацию, стремление к безграничной свободе от ограничений современного общества, индивидуализм и потребление впечатлений от экзотических путешествий. Cohen, S. A., Duncan (Коэн, Дункан 2013) описывают мобильность цифровых кочевников как стирающую бинарные границы между досугом и работой, миграцией и туризмом, домом и путешествием, все эти сферы жизни и процессы сливаются в одну дедифференцированную массу событий и состояний.

Несмотря на то что «я-концепция» цифровых кочевников включала такую ценность как «индивидуальная свобода от ограничений обычной жизни» их реальная жизнь могла быть жестко самоограничена. Цифровые кочевники создавали

себе не гибкие расписания и требовали от себя все возрастающей продуктивности работая в коворкинг-центрах, которые по сути представляли собой те же офисы, от которых они хотели освободиться. Green, P. (Грин, 2020) изучая образ жизни цифровых кочевников отметил, что они склонны создавать в городах пребывания анклав, инфраструктура которых включает в себя кафе здорового питания, коворкинг-центры и жилые помещения, тем самым формируя привычное окружение предназначенную для работы и отдыха. Несмотря на желание восстановить знакомую среду, она рассматривалась как потенциально опасная, так как в представлении цифровых кочевников привычный комфорт мог привести к тому, что они станут "оседлыми", что, в свою очередь, могло разрушить их чувство собственной идентичности. Green, P. (Грин, 2020) указывает на конфликт идентичности свойственный цифровым кочевникам «я-концепция» которых с одной стороны основана на гиперсовременной идентичности мобильного конкурентноспособного предпринимателя, а с другой на идентичности свободных людей, исключающих себя из сверхинтенсивного рабочего процесса ради бесконечной игры и досуга. Путешествия служат возбуждающей попыткой убежать от рутины, но при этом продуктивная работа без налаженной рутины невозможна.

В «я-концепции» цифрового кочевника, по нашему мнению, важным аспектом является попытка исключения влияния внешней культуры на идентичность. Те, кто идентифицировал себя как «цифровой кочевник» практически не включались в культурно-социальную жизнь стран, в которые они приезжали, по сути оставаясь в них чужаками, находящимися в своеобразном культурном «пузыре». Общение и обмен опытом «кочевничества» происходил в основном на платформе тематических групп в социальных сетях или в коворкинг-пространствах, населенных

такими же кочевниками. Можно предположить, что такие сообщества выполняют роль диаспоры. Axel, В. К. (Аксель, 2002) концептуализирует диаспору не как воображаемое сообщество на основе происхождения, но как воображаемое сообщество которое своим существованием и деятельностью само создает и воспроизводит родную культуру. Диаспора цифровых кочевников, таким образом, продолжает воспроизводить и поддерживать идентичность ее представителей. Но если одной из функций диаспоры является организация диалога с внешней культурой, то группы цифровых кочевников сфокусированы на гомогенном взаимодействии членов сообщества. Они сохраняют свою независимость от внешней среды, рассматривая ее как ценность, полезную только своей доступностью, и сводя взаимодействие с ней до акта потребления. Социальное пространство сужается до понятных и контролируемых знакомых паттернов. Ничего не привнося, оставаясь анонимными пользователями, которые при необходимости могут просто «закрыть вкладку» или переехать. Исключение влияния внешней среды на самовосприятие и самоидентификацию приводит к разрыву между объективной реальностью окружающего не-западного общества и «я-концепцией» индивида, которое лишь частично решается с помощью фиксации на интересах и западных дискурсах.

Многие цифровые кочевники испытывали одиночество и сложности с бесконечным выстраиванием своей рутины заново. В исследовании, проведенном Cohen, S. A. (Коэн, Дункан 2013) респонденты демонстрируют кризис идентичности который не может разрешиться путем создания диалогической связи с внешней средой, так как эта связь попросту отсутствует, а сообщество в киберпространстве не способно полностью удовлетворить эту потребность. По сути, лишь киберпространство и связывающие с ним гаджеты приобре-

тали характер единственного постоянного Другого. Возникает предположение, что «кочевники» пытаются сохранить старую «прописку» в символическом пространстве своей родной страны посредством фантазии, что киберпространство и связь с виртуальной западной культурой это и есть их место, что они ничего не меняли, хотя в реальности они изменили все. Для сохранения этой фантазии, основанной на отрицании, идентичность становится монологичной, исключая потребность в диалоге с внешним миром.

Можно предположить, что цифровые кочевники в своем эскапизме совершают экзистенциальное бегство, что бы справиться с невыносимыми тревогами гиперсовременного общества. Следует отметить, что одна из главных тревог современного человека как было указано ранее это ощущение бессмысленности и скуки существования, вызванное отчуждением от своей жизни и своей личности. В экзистенциальном бегстве активируются пресимволические механизмы которые снижают роль объективного самосознания и тем самым снижают восприятие угрозы для «я». Убегая человек может погружаться в бесконечное стимулирование путем потребления все новых товаров и услуг, отказываясь от самосознания и восприятия значимых угроз и вызовов, например игнорирование новой и возможно пугающей своей непонятностью новой культурной среды.

Можно предположить, что цифровые кочевники пытаются убежать не только от западного образа жизни, который вызывает отчуждение и тревогу, но и вообще стараются максимально исключить влияние объективной социокультурной действительности на свою жизнь делая выбор в пользу контролируемой реальности киберпространства и спланированных перемещений по только ими выбранном маршруте. «Я-концепция», таким образом, будет зависеть не от реальных объектов

и институтов, а от самого человека. При такой инкапсуляции возникают трудности в получении подтверждения от внешней среды того что "ты действительно тот, кем ты себя считаешь». Именно в данном решении вопроса обнаруживается бедность и ограниченность киберпространственного дискурса. Cohen, S. A. (Коэн, Дункан 2013) приводит большое количество эмпирических данных которые указывают на кризис идентичности и на субъективно ощущаемую спутанность, которая возникает при постоянном перемещении цифровых кочевников.

Каждый переезд погружает индивида на некоторое время в состояние потерянности, паранойяльных фантазий и затоплению новыми стимулами внешней среды, которые возникает во время встречи с реальным. Цифровые кочевники представляют западное общество и приезжают в страны, где преобладают отличные от привычных им дискурсы и языки. Незнакомый иностранный язык, который воспринимается как набор звуков, имеющих непонятное и возможно пугающее значение, не привычный символический обмен практикуемый местными жителями, сталкивают цифровых кочевников с собственной и чужой инаковостью. Согласно теории Ж. Лакана (Лакан, 1999) о роли зеркала в формировании личности и идентичности, отражение в зеркале (а также отражение в глазах других) играет важную роль в создании представления о себе и о других людях. Исходя из этого, можно предположить, что новая культура не в состоянии наделять цифровых кочевников индивидуальным образом. Зеркало остается пустым или предлагает лишь стереотипный образ "стандартного белого туриста". Сам цифровой кочевник, оставаясь чужим, не видит своего места в окружающей реальности, за исключением привычной роли потребителя.

Чувство нахождения в новом месте вызывает необходимость индивида рефлек-

сировать о том, кто он в новом символическом порядке или самостоятельно создать свое место. При встрече с новой культурой возникает необходимостью заново распорядиться собственной свободой и идентичностью. Цифровые кочевники в данном случае просто уходят от этого вызова на который у них и окружающих нет ответа. Смотрясь в привычное зеркало киберреальности, они больше не в полной мере могут узнавать себя, так как окружающая реальность их поменялась, а вместе с ней вынуждены меняться и они (даже банальное выстраивание рутины заново, которое так в тягость респондентам это своеобразное помещение себя в новый контекст). Возможно, именно поэтому в интервью которые были собраны Cohen, S. A. (Коэн, Дункан 2013) респонденты жалуются на чувство потерянности, неизвестности того «кто я такой, куда и зачем я иду». Реальный другой хранит свое молчание, ему не с кем разговаривать, так как в «я-концепции» цифрового кочевника есть пространство только для монолога. И возможно также, что именно это молчание и/или его прерывание (ведь укоренение в каком-либо месте означает включение в символически порядок и получение ответа, появления желания Другого) вызывает сильную тревогу и заставляет цифровых кочевников убежать все дальше и сводить все отношения к привычным для них безопасным рыночным или виртуальным практикам.

Гиперсовременное западное общество с техническим и экономическим прогрессом оказывает влияние на изменение в «я-концепции» современного человека. Ускорение пространства и времени вплоть до его исчезновения, гиперболизация роли потребления формируют как особые виды идентичности, так и новые виды отчуждения и эскапизма. Особую роль в процессе изменения восприятия своей идентичности и идентичности другого играет киберпространство. Гаджеты становятся больше чем просто предметы материаль-

ного мира, они фактически встраиваются в телесное и психическое пространство. У пользователя создается иллюзия, что киберпространство (в силу своей шизоидной, сновидной специфики) может заменить собой объективную реальность. Мы предполагаем, что группа цифровых кочевников воплощают собой пример гиперсовременных процессов и связанных с ними «я-концепции». Пытаясь побороть отчуждение и предприняв экзистенциальное бегство от ограничений современности, цифровые кочевники пытаются сформировать свой мир и свою идентичность на еще более жестких ограничениях, заме-

няя внешнее общение с реальным Другим на Другого представленного привычным им сегментом киберпространства. Цифровые кочевники сталкиваются с кризисом идентичности, который невозможно разрешить без реального Другого, с которым не существует диалога. Все отношения с внешней средой строятся на привычной для гиперсовременного общества модели потребления. На наш взгляд, этот формат отношений пагубно влияет и на принимающую культуру, представители которой оказываются в роли продавцов и товара, что способствует изменению аутентичной культуры в пользу западных образцов.

Литература

1. Барт Ф. Этнические группы и социальные границы: Социальная организация культурных различий; пер. с англ. Игоря Пильщикова / Ф. Барт. - М.: Новое изд-во, 2006. - 198 с.
2. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс / Пер. с англ. М.: "Прогресс", 1986. - 401 с.
3. Ваттимо Д. Техника и существование / Д. Ваттимо. - М.: Канон+, 2012. - 208 с.
4. Джеймс У. Принципы психологии. Глава X. Сознание Я / У. Джеймс // Личность. Культура. Общество, 2018. – Т. 20. – №. 3-4. – С. 27-64.
5. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис: Пер. с англ./Общ. ред. и предисл // АВ Толстых / Э. Эриксон. - М.: Прогресс. – 1996. – Т. 133. - 344 с.
6. Игишев В. Н. Краткий толковый психолого-психиатрический словарь / под ред. Игишева В. Н. / В. Н. Игишев. - М.: Москва, 2008. - 352 с.
7. Лакан Ж. Стадия зеркала и ее роль в формировании функции я в том виде, в каком она предстает нам в психоаналитическом опыте / Ж. Лакан // Семинары. Книга. – 1999. – Т. 2. – С. 1954 - 1955.
8. Цифровой отчет Digital 2022 // We Are Social и Hootsuite URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>(датаобращения:29.05.23).
9. Axel B. K. The Diasporic Imaginary / B. K. Axel // Public Culture, 2002. - 14(2), P.411–428
10. Bauman Z. Identity in the globalising world / Z. Bauman // Social Anthropology, 2001. - 9(2), P.121-129.
11. Belk R. Digital consumption and the extended self / R. Belk // Journal of Marketing Management, 2014. - 30(11-12), P.1101–1118.
12. Altermodern / N. Bourriaud // Tate Triennial, 2009. - London: Tate Publishing, 224 p.
13. Cohen S. A., Duncan T. & Thulemark M. Lifestyle Mobilities: The Crossroads of Travel, Leisure and Migration / S. A. Cohen, T. Duncan & M. Thulemark. - Mobilities, 2013. - 10 (1), P.155–172.
14. Cushman P. Why the self is empty: Toward a historically situated psychology / P. Cushman // American Psychologist, 1990. - 5(4–5), P.599–611.
15. Cook D. What is a digital nomad? Definition and taxonomy in the era of mainstream remote work / D. Cook // World Leisure Journal, 2023. - 65(2), P. 256-275.