

АЛГАРЫТМІЧНАЯ ІДЭНТЫЧНАСЦЬ І РЭЛІГІЙНЫЯ ПРАКТЫКІ

Крывалап Аляксей Дзмітрыевіч,

Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт (г. Наваполацк, Беларусь)

У гэтым разглядаюцца спосабы канструявання культурнай ідэнтычнасці ў працэсе медыя-спажывання, якія могуць быць прааналізаваны з пункту гледжання алгарытмаў. Прапануецца новая алгарытмічная канцэпцыя для разумення практыкі спажывання новых медыя, якая параўноўваецца з алгарытмічнасцю рэлігійных практык.

Сучасная сітуацыя грамадства спажывання не пакідае альтэрнатывы індывідам для канструявання ўласнай ідэнтычнасці акрамя як пад час працэсу спажывання. Развіццё сродкаў тэлекамунікацыі прыводзіць да таго, што індывіды самі не ў стане апісаць сябе настолькі дакладна, як гэта могуць зрабіць алгарытмы, якія апісваюць паводзіны і асаблівасці спажывання новых медыя: дзе, з дапамогай якіх прылад і як доўга спажываецца тая ці іншая інфармацыя ў медыя, – усё гэта з максімальнай дакладнасцю фіксуецца і захоўваецца ў выглядзе пазбаўленай персаніфікаванай інфармацыі ў базах дадзеных. Калі для англамоўных даследчыкаў культуры выкарыстанне алгарытмічнай рамкі не выклікае здзіўлення, то айчынай аўдыторыі неабходна зрабіць некаторыя уступныя тлумачэнні. Бо існуе цэлы пласт даследаванняў алгарытмаў ў сферы інфарматыкі і кібернетыкі, але культуралагічных тэкстаў, якія б закраналі тэму алгарытмічнай ідэнтычнасці на беларускай і рускай мовах няма. Мэта тэксту – абгрунтаванне актуальнасці і неабходнасці выкарыстання тэрміна «алгарытмічная ідэнтычнасць» для павышэння эўрыстычных магчымасцей культуралогіі ў кантэксце інтэрпрэтацыі сучасных медыя-практык па аналогіі з алгарытмічнасцю рэлігійных практык.

Сеткавая тэорыя па-за межамі інфарматыкі актыўна даследуе невыпадковыя заканамернасці, якія і з'яўляюцца магчымымі элементамі пабудовы алгарытмаў, для апісання культуры і разумення сацыяльнай практыкі. Магчымасць пабудовы сацыяльнай графы, як профілю карыстальніка, не выклікае здзіўлення і шмат у чым грунтуецца на працах Альберта Барабашы, які прапанаваў канцэпцыю немасштабіруемых сетак, самым яркім прыкладам якіх з'яўляюцца супольнасці ў інтэрнэце. Развіццё супольнасцей апісваецца з дапамогай алгарытму, які мае прамую залежнасць паміж дынамікай росту і пераважным далучэннем [1, с. 86-87] (людзі больш ахвотна далучаюцца да вялікіх супольнасцей чым маленькіх). Аднак падобная практыка спрошчанага разумення сацыяльнага дзеяння і культуры не прэтэндуе на стварэнне ўніверсальнай матэматычнай формулы, якая б дэталёва апісвала карыстальнікаў. Асабліва калі ідзе гаворка пра рэлігійныя практыкі, бо далёка не наяўная колькасць вернікаў уплывае на выбар рэлігійнай прыналежнасці.

Прынцыповай праблемай для алгарытмічнага падыходу будзе стан карыстальнікаў, калі іх індывідуальная ідэнтычнасць можа быць заменена або рэдукавана да

алгарытмаў спажывання медыя. Бо што можа апісаць карыстальнікаў лепш, чым яны самі? Практыка, гэта значыць тое, якім чынам карыстальнікі робяць што-небудзь не на словах, а на самой справе. Алгарытмы спажывання медыя можна разглядаць як структуравальны прынцып сацыяльнай стратыфікацыі і арганізацыі. Як па аналогіі з тым, што недастаткова толькі даведацца да якіх канфесій належаць вернікі, неабходна зразумець іх штодзённыя практыкі і знайсці ў іх праявы рэлігійнасці.

Тэрмін «алгарытмічная ідэнтычнасць» быў прапанаваны Джонам Чэйні-Ліппольдам. На яго думку, «сеткавая інфраструктура інтэрнэта, якая валодае тэхналагічнымі магчымасцямі, каб адсочваць рух карыстальнікаў на розных вэб-сайтах і серверах, прывяла да з'яўлення індустрыі вэб-аналітычных кампаній, якія актыўна збіраюць інфармацыю аб фізічных асобах і тонка настройваюць камп'ютарныя алгарытмы, каб здабываць сэнс з гэтых дадзеных. Прадуктам многіх з гэтых кампаній і з'яўляецца новая алгарытмічная ідэнтычнасць, якая фарміруецца з дапамогай матэматычных алгарытмаў для катэгарызацыі ананімных карыстальнікаў» [2, с.165]. Усё гэта прыводзіць да таго, што працэс ідэнтыфікацыі паступова пераносіцца ў віртуальную прастору. Д. Чэйні-Ліппольд піша пра лічбавую, а значыць, якая паддаецца вымярэнню і кантролю прастору. Калі такія істотныя параметры ідэнтычнасці, як пол, раса і класавая прыналежнасць вызначаюцца алгарытмамі аўтаматычна, то віртуальныя ідэнтычнасці карыстальнікаў існуюць аўтаномна ад іх фізічных цел. І гэта вельмі нагадвае ідэю Джона Барлоў з яго «Маніфеста незалежнасці кіберпрасторы», калі ён пісаў пра тое, што «мы жывём не там, дзе жывуць нашы фізічныя целы» [3]. Калі для Дж. Барлоў гэта была светлая мара і магчымасць аўтаномнага існавання, то праз дваццаць год пасля з'яўлення гэтага маніфесту – гэта гучыць як антыўтопія.

Алгарытмічны падыход да разумення працэсу ідэнтыфікацыі карыстальнікаў не разглядае фарміраванне ідэнтычнасці, зыходзячы з эсэнціялістскіх уяўленняў. Хутчэй, наадварот, «алгарытмы дазваляюць перайсці да больш гнуткага і функцыянальнага вызначэння катэгорыі, якая ліквідуе неабходнасць гендэрнай ідэнтычнасці ў яго цялесных і сацыяльных формах і вызначэннях» [2, с.170]. Іншымі словамі, калі па-за рамкамі алгарытмічнай ідэнтычнасці карыстальнік павінен быць адназначна аднесены да той ці іншай катэгорыі спажываўцоў (гендэрнай, рэлігійнай і г. д.), і гэты маркер застаецца з ім назаўжды, як быццам бы гаворка ішла аб высвятленні сацыяльна-демаграфічнага партрэта аўдыторыі, то ў рэчышчы прапанаванага алгарытмічнага падыходу ідэнтычнасць карыстальніка не фіксуецца адзін раз і назаўжды, а пастаянна перавызначаецца, дапаўняецца і абрастае новымі дэталямі і адметнымі характарыстыкамі. Ідэнтычнасць паводзін карыстальніка ўчора ўжо вывучана, сёння – размыта і знаходзіцца ў працэсе станаўлення. Што будзе заўтра? Фактычна, алгарытмы спажывання медыя «сёння» вызначаюць ідэнтычнасць карыстальніка «заўтра».

Пры гэтым дынамічны аспект алгарытмічнай ідэнтычнасці захоўвае ў сабе нямала непрыемных пытанняў для карыстальнікаў, таму што карыстальнікі не заўсёды могуць пераканаўча і рацыянальна растлумачыць усе ўласныя пошукавыя запыты ў Google, якія захоўваюцца ў гісторыі пошуку, або актыўны ўдзел у абмеркаванні тых ці іншых пытанняў на форумах, або лайкі пад пастамі з сумнеўнымі выявамі ў сацыяльных сетках.

Віртуальная алгарытмічная ідэнтычнасць першапачаткова валодае мінімальным уплывам на афлайн-практыку, але па меры таго, як карыстальнікі ўсё больш актыўна пакідаюць сляды ўласнай прысутнасці ў інтэрнэце (дапаўняюць свой алгарытмічную профіль), то яны пачынаюць залежаць ад яе, калі не карыстальнікі канструююць ўласную ідэнтычнасць, а за іх гэта робіць практыка выкарыстання медыя, канцэптуалізаваная ў выглядзе алгарытмаў спажывання, якая вызначае і прадпісвае ідэнтычнасць карыстальнікам.

На падставе вышэй агучанага магчыма зрабіць выснову, што алгарытмічная ідэнтычнасць карыстальнікаў не вырашае ўсіх наяўных праблем, звязаных з канструяваннем ідэнтычнасці, але дазваляе перайсці на больш высокі ўзровень дыскусіі аб узаемадзеянні карыстальнікаў анлайн і тэхналагічнай складнікам камунікацыі. Па аналогіі з тым, як кожны чалавек мае ўнікальныя і непаўторныя адбіткі пальцаў, так і наша індывідуальная практыка спажывання медыя, нягледзячы на абезасобленыя дадзеныя, дазваляе казаць пра ўнікальную практыку іх спажывання. Як і сярод шматлікіх наведвальнікаў храмаў ёсць як шчырыя вернікі, так і выпадковыя людзі, а адрознівае іх менавіта практыка. Алгарытмічнасць штодзённых практык вызначае нашу рэлігійную ідэнтычнасць, якая ўплывае і на практыкі спажывання медыя.

Літаратура

1. Barabási, A. L. *Linked The New Science of Networks*-Perseus Books Group / A. L. Barabási. – Cambridge, MA : Perseus Publishing, 2002. – 280 с.
2. Cheney-Lippold, J. *A New Algorithmic Identity : Soft Biopolitics and the Modulation of Control* / J. Cheney-Lippold // *Theory, Culture & Society*, 2011. – Vol. 28. – № 6. – С. 164–181.
3. Barlow, J.P. *A Declaration of the Independence of Cyberspace* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>. – Дата доступа: 10.03.2018.