

ФИЛОСОФИЯ

(шифр научной специальности: 5.7.7)

Научная статья

УДК 140.8

doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-2-6

МАСС-МЕДИА КАК КОНСТРУКТОР ИДЕНТИЧНОСТИ

© Людмила Григорьевна Бабахова

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Россия

babahova_l@mail.ru

Аннотация. Рассматривается значение современных масс-медиа в процессе конструирования идентичности. В современной культуре традиционные социальные институты теряют свою эффективность в качестве основных источников идентификации. Масс-медиа становятся одним из основных инструментов формирования ценностей и смыслов. Современная массовая культура предлагает индивиду бесчисленный поток образов потенциальных стилей жизни, в соответствии с которыми можно конструировать свое Я. Однако в силу своей фрагментарности и плюральности современная массовая культура не дает целостных моделей идентичности, ее необходимо сложить из разрозненных фрагментов.

Ключевые слова: масс-медиа, средства массовой информации, идентичность, массовая культура, потребление.

Для цитирования: Бабахова Л.Г. Масс-медиа как конструктор идентичности // Гуманитарные и социальные науки. 2024. Т. 104. № 3. С. 2-6. doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-2-6

PHILOSOPHY

(specialty: 5.7.7)

Original article

Mass media as an identity constructor

© *Ludmila G. Babakhova*

Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

babahova_l@mail.ru

Abstract. The importance of modern mass media in the process of identity construction is considered. In modern culture, traditional social institutions are losing their effectiveness as the main sources of identification. Mass media are becoming one of the main tools for the formation of values and meanings. Modern mass culture offers the individual an innumerable stream of images of potential lifestyles, according to which one can construct one's Self. However, due to its fragmentarity and plurality, modern mass culture does not provide complete models of identity, it must be composed of disparate fragments.

Key words: mass media, mass media, identity, mass culture, consumption.

For citation: Babakhova L.G. Mass media as an identity constructor. *The Humanities and Social Sciences*. 2024. Vol. 104. No 3. P. 2-6. doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-2-6

Введение

Современный век – век технологических преобразований. Цифровая трансформация медиа, произошедшая в последние десятилетия, оказывает существенное влияние на конструирование идентичности. Технологический процесс цифровой коммуникации, с одной стороны, ведет к глобальному размыванию границ в пространстве и времени, ускорению потоков коммуникации, а, с другой – к фрагментации общественной сферы.

Радикальные изменения, произошедшие в культуре во второй половине XX в., связанные с распространением эры телевидения и интернета, оказывают огромное влияние на процесс идентификации человека. Система масс-медиа как одна из существенных форм распространения массовой культуры, является важной составляющей идентификационного процесса и играет решающую роль в формировании идентичности. Цифровизация изменяет систему СМИ, которая регулирует массовую коммуникацию.

В последнее время все чаще говорят о появлении «новых» медиа, что свидетельствует о революционном сдвиге, произошедшем в самих медиа. Новые медиа носят платформенный характер, предоставляющий безграничные возможности для установления коммуникации с любым адресатом, и образуют коммуникационное пространство, в котором современные слушатели, читатели, зрители могут одновременно выступать в роли авторов.

Обсуждение

Традиционная система средств массовой информации предполагала наличие так называемых профессионалов, которые собирали, редактировали и подавали информацию, управляя коммуникационными потоками. В отличие от односторонней связи в традиционных медиа между производителем и потребителем контента, новые медиа создают интерактивную, универсальную коммуникационную связь между медиа-пользователями, когда каждый пользователь становится способен создавать и отправлять образы.

Современный человек, с одной стороны, получил возможность приобретать информацию и знания, которые способствуют формированию собственного Я, подтверждению собственных взглядов и убеждений. Однако, с другой стороны, бесчисленные коммуникационные сети, спонтанно формирующиеся вокруг определенных тем, событий, интересов, усиливают процессы разделения и фрагментации общества.

Для ответа на традиционный вопрос «Кто я?» индивид, как правило, соотносил себя с узкоограниченным набором образов Я и моделей поведения, предлагаемых культурой. На сегодняшний день, в результате интенсивного развития средств массовой информации, современная культурная индустрия предлагает индивиду разнообразные образы стилей жизни для конструирования своей идентичности. Однако современные масс-медиа в силу плюральности самой культуры не дают целостных моделей идентичности, ее необходимо сложить из разрозненных фрагментов. Сама культура становится фрагментарной. Массовая культура предоставляет индивиду новые средства и источники для формирования социальной и личностной идентичности. Традиционные социальные структуры и институты постепенно теряют свою эффективность в качестве надежных и стабильных источников идентификации и формирования смыслов.

Смысловой кризис современности явился следствием расширения систем репрезентации, которое стало возможным благодаря новым информационным технологиям. Беспрецедентное умножение и релятивизация смысла в современной массовой культуре, перегруженность ощущениями и посланиями всех видов является результатом бесчисленного распространения образов и расширения информации. Приобретая все более текстуальный характер, культура теряет свое нормативное единство и структуру. Смыслы умножаются, расширяются, конкурируют друг с другом, дестабилизируя мысль и общее понимание реальности. Культура как совокупность текстов становится все более неустойчивой и условной, что проблематизирует саму возможность нормативного консенсуса.

Как утверждают Ж. Делез и Ф. Гваттари: «Мы живем в эпоху частичных объектов, кирпичиков и остатков смыслов. Мы больше не верим в те фальшивые фрагменты, подобные обломкам античной статуи, которые ожидают, что их восполнят и склеят, чтобы сформировать единство, которое является также и изначальным единством. Мы больше не верим ни в изначальное единство, ни в конечное единство» [2, с. 72]. Современная культура теряет свое изначальное единство, свою целостность. Она становится конгломератом разрозненных частей, которые могут противоречить друг другу. Являясь единством этих частей, она добавляется к ним как новая, отдельно сформированная часть. Культура складывается из фрагментов.

Информационные технологии проблематизируют смысл не только через избыток означивания, но через изменение отношения субъекта к пространству и времени. Фрагментация времени, знаний, опыта и места, встроенная в динамику современных медиа и информационных систем ведет к обобщенной дестабилизации субъекта. Глобализационные процессы, поглощая традиционные ценности локальных цивилизаций, трансформируют традиционные символы конструирования идентичности.

Ядро любой культуры составляют основополагающие смыслы и ценности, наделяющие ее уникальностью и самобытностью. Традиционные ценностные константы, передающиеся из поколения в поколение, составляют фундамент идентичности и процессов самоидентификации. Разрушение этого ядра ведет к уничтожению цивилизации. Каким образом происходит разрушение культурного ядра? Учение о гегемонии, разработанное Антонио Грамши в начале XX в. в «Тюремных тетрадах», прекрасно объясняет современные глобализационные процессы. С точки зрения Грамши, власть правящего класса опирается не только на механизмы насилия и принуждения, но также на согласие и убеждение. Грамши во многом отходит от экономического детерминизма, полагая, что господство правящего класса не гарантируется только отношениями собственности, и поэтому не следует рассчитывать только на материальные силы для эффективного руководства.

Государство одновременно держится на силе и согласии. «Главенство социальной группы проявляется в двух формах – в форме «господства» и в форме «духовного и нравственного руководства» [1, с. 345]. Гегемония в таком случае – это непрерывный процесс достижения необходимого уровня согласия, при котором граждане не просто выполняют то что необходимо правящему классу, но и желают этого. То есть речь идет о манипуляции общественным сознанием, ненасильственном принуждении к определенному образу мыслей и поведению в интересах доминирующих социальных групп.

С помощью каких средств утверждается или разрушается политический порядок, устанавливается или подрывается духовная, нравственная и политическая гегемония? Это достигается такими средствами, которые Грамши называет «либеральными», то есть через индивидуальную, «молекулярную», личную инициативу. Утверждение или подрыв гегемонии является не результатом столкновения классовых сил или разработанной партийной программы, а незаметным, практически неощутимым изменением мировоззренческих оснований культуры, разрушением ее духовно-нравственного ядра.

Разрушение духовно-нравственного ядра культуры осуществляется посредством «молекулярной» атаки с помощью огромного потока информации, распространяемого СМИ. Так, в 90-е гг. XX в. было разрушено культурное ядро советского общества, и стала утверждаться гегемония современного западного капитализма и либеральной идеологии. Россия попала под внешнее управление, в результате которого Запад захватил науку, образование, политику, экономику. Главной мишенью при радикальной ломке культуры выступило обыденное сознание среднего человека, в которое упорно стали насаждаться ценности и идеалы западной культуры. Особую роль в этом процессе сыграло установление приоритета материального над духовным, ценностей потребительского капитализма и индивидуалистического образа жизни.

Современная массовая культура продолжает внедрять в общественное сознание российского народа некогда чуждые ему западные ценности потребления. Пропагандируемый с экранов телевизоров, компьютеров, витрин супермаркетов мир потребления, смещает ценностные акценты с приоритета заботы об общем благе к заботе по удовлетворению индивидуальных потребностей.

А. Моль, анализируя социодинамику западной культуры, пришел к выводу, что благодаря интенсивному развитию средств массовой информации западное общество породило совершенно новый тип культуры – «мозаичный». Традиционная гуманитарная культура устанавливала некоторую иерархию идей, тем для размышления, постулировала существование общих и второстепенных понятий и давала целостное представление о мире. В результате чего любая мысль сводилась к некоторому шаблону, общей структуре. «Восприятия должны были как бы проецироваться на экран знаний, который можно представить себе в виде напоминающей паутину сетки, строго упорядоченной относительно нескольких центров» [4, с. 38].

В свою очередь гуманитарная педагогика и гуманитарное образование пытались научить человека определенным приемам, которые позволяли легко овладевать новыми понятиями. А. Моль подчеркивает, что знания формировались в основном системой университетского образования, «чтобы воспитать образованного человека, необходимо дать ему несколько основополагающих ключевых концепций: основы геометрии, начатки латыни или

иностранных языков и важнейшие философские идеи. Это даст ему в руки путеводную нить, обучит приемам, которые позволят ему разбираться в событиях, сравнивая, сопоставляя и измеряя их друг с другом, отыскивая для них готовое место в арсенале своего ума» [4, с. 38].

Однако гуманитарная концепция культуры устарела, она неизбежно вытесняется мозаичной культурой. Знания современного человека во многом становятся поверхностными, т.к. объем производимой информации настолько велик, что человеческий ум в силу естественных ограничений не может вместить всей этой суммы. Постигая мир, современный человек идет от случайного к случайному, в процессе проб и ошибок.

Мозаичная культура воспринимается человеком в виде кусочков, выхватываемых из потока сообщений. «Экран понятий» в мозаичной культуре более не обладает сетчатой рациональной структурой, он скорее напоминает массу волокон, сцепленных как попало, – длинных, коротких, толстых, тонких, размещенных почти в полном беспорядке. Этот экран вырабатывается в результате погружения индивидуума в поток разрозненных, в принципе никак иерархически не упорядоченных сообщений – он знает понемногу обо всем на свете, но структурность его мышления крайне ограничена» [4, с. 44].

Таким образом, мозаичная культура по своей сути является «случайной, сложенной из множества соприкасающихся, но не образующих конструкций фрагментов, где нет точек отсчета» [4, с. 45]. Индивид усваивает мозаичную культуру через средства массовой информации: кино, телевидение, интернет, оставаясь на поверхности явлений, не прилагая при этом ни силы критического мышления, ни умственных усилий.

На первый взгляд, растущий плюрализм точек зрения, аргументов, образов себя, стилей жизни, способствует формированию когерентной картины мира и устойчивой, стабильной собственной идентичности. Однако средства массовой информации, пропагандируя разнообразные наборы ситуативных ценностей, способствуют размыванию мировоззренческих оснований культуры. Идентичности, собранные из фрагментов, локальные солидарности по интересам, организуемые на непродолжительное время, создают благоприятную почву для процветания социального релятивизма.

Как отмечает Ж. Липовецки, процесс «постепенной ликвидации великих существей и социальных понятий, происходит не во имя однородности людей, а ради их невиданной раздробленности и разобщенности» [3, с. 162].

В мозаичной культуре, в отсутствии устойчивых мировоззренческих оснований человек попадает на ярмарку соревнующихся идентичностей, представленных различными стилями жизни, ставшими доступными на домашнем экране. Человек перебирает различные стили жизни, примеряя их на себя. Идентичность становится индивидуальным выбором.

Современный человек оказывается производителем-потребителем образа себя. Конструирование стиля жизни предполагает не только внешние формы его проявления, но и соответствующую ему систему ценностей и взглядов на мир. Человек начинает искать героев, которым он бы мог подражать. Новыми героями современной культуры становятся медиа-личности, которые превращают стиль жизни в жизненный проект и раскрывают свою индивидуальность посредством потребляемых товаров, одежды, впечатлений.

Однако не стоит забывать, что новые медиа по сути управляются компаниями, подчиняющимися логике развития капитала. Прибыль данных компаний зависит от реализации тех или иных товаров и услуг, которые они продают посредством рекламы. Таким образом, массмедиа способствуют превращению культуры в товар, покупаемый и продаваемый на рынке. Два кита, на которых держится современная массовая культура – это гедонизм и информация. Наслаждаться жизнью и быть в курсе событий – вот основной девиз современности.

Утвердив мозаичную культуру информационное общество, включает современного человека в мир новостей, собранный по принципу фрагментарности. В условиях фрагментарной культуры события существуют сами по себе, не имея привязки к прошлому или будущему, в такой ситуации все предположения о формировании целостной картины мира становятся напрасны. В ситуации отсутствия контекста событие исчезает. СМИ погружают человека

в воображаемое время, в котором нет ни реального прошлого, ни реального будущего, здесь существует только вечное настоящее.

Современные масс-медиа превращают культуру в систему эффектов, ощущений и удовольствий, основанных на силе образа. Современные информационные технологии оказывают определенное воздействие на психические структуры человеческой личности. Воздействие заключается в том, что оно, как правило, является скрытым и ощущается не как принуждение к тому или иному поведению, образу жизни, а как желание поступать тем или иным образом. Средства массовой информации формируют рынок образов, предлагая с экрана символы удовольствия и успеха.

Эра потребления легитимирует стремление индивида к самоутверждению, дискредитируя обычаи и традиции. Современный человек становится пластичным и открытым для всего нового, для постоянного экспериментирования над собой, собственным телом и образом жизни.

Выводы

Таким образом, современные масс-медиа, как наиболее существенная форма бытия и распространения массовой культуры, выступают одним из основных инструментов конструирования идентичности современного человека, формирования его обыденного сознания, а также основополагающих ценностей и смыслов. Образы идентичности, создаваемые современной медиаиндустрией, в основном пропагандируют западные индивидуалистические ценности и идеалы потребления, что угрожает сохранению самобытного культурного ядра российской цивилизации.

Список источников

1. *Грамши А.* Тюремные тетради // Избранные произведения: В 3 т. Т. 3. М.: Изд-во Иностранной литературы, 1959. 570 с.
2. *Делёз Ж., Гваттари Ф.* Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения. Екатеринбург: У-Фактория, 2007. 672 с.
3. *Липовецки Ж.* Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. СПб.: Владимир Даль, 2001. 333 с.
4. *Моль А.* Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1979. 407 с.

References

1. *Gramsci A.* Prison notebooks // Selected works: In 3 vols. 3. M.: Publishing House of Foreign Literature, 1959. 570 p.
2. *Deleuze J., Guattari F.* Anti-Oedipus: Capitalism and schizophrenia. Yekaterinburg: U-Factoriya, 2007. 672 p.
3. *Lipovetsky J.* The era of emptiness. An essay on modern individualism. St. Petersburg: Vladimir Dahl, 2001. 333 p.
4. *Mol A.* Sociodynamics of culture. M.: Progress, 1979. 407 p.

Статья поступила в редакцию 05.05.2024; одобрена после рецензирования 24.05.2024; принята к публикации 24.05.2024.

The article was submitted 05.05.2024; approved after reviewing 24.05.2024; accepted for publication 24.05.2024.