

Своєрідність функціонування ідентичності в сучасному медійному просторі

Ольховик Марина

Філологічний факультет

Чернігівський національний педагогічний університет імені Т.Г. Шевченка

Чернігів, Україна

m.v._olkhovich@ukr.net

The article is devoted to the Identity as an interdisciplinary phenomenon in the social communications. The author describes the peculiarities of the Identity phenomenon in the context of modern informational transformations by the basic subcategories as: the Other, the theory of resentment and the Body.

Ключові слова: ідентичність, медіапростір, Інший, інтерпасивність, ресентимент, тілесність.

Становлення галузі «соціальні комунікації» дає можливість по-новому подивитися на сучасний стан розвитку гуманітарного знання, що доволі швидко засвідчує неможливість результативної роботи у замкненому галузевому просторі. Міждисциплінарний підхід сьогодні видається не просто черговим пошуком іншого наукового підґрунтя, а необхідним поштовхом у реалізації новітньої методології у широкому сенсі. Відтак, актуальним залишається потреба у координації категоріального апарату та верифікації певних категорій на міжгалузевому рівні.

Багаторівневий характер і дихотомічна природа поняття «ідентичність» виводять його далеко за межі окремої науки, дозволяючи розглядати ідентичність як базову категорію в новітніх суспільних методологічних пошуках. Сучасне функціонування цього феномену пов'язане, перш за все, з визначенням параметрів взаємодії останньої з соціальним простором.

Сьогодні будь-яка спроба конструювання власної ідентичності через тотожність або відмінність з деяким «Іншим» призведе до фрагментарності, плінності, неможливості знайти стійкі орієнтири, а відповідно до сумніву як головної онтологічної характеристики. Інваріантні

ідентичності, часто маючи «перформативний», умовний характер, відображають реконструкцію соціальних ідентичностей або іноді й дезистенцію суб'єкта (коли він усвідомлено уникає власної ідентифікації). Це дозволяє говорити про багатоваріантність впливів у сучасному медійному просторі, як-от: пошук критеріїв норми і патології, причини вибору негативних ідентифікацій, проблема гендеру, інертність і проблема демасифікації, феномен ресентименту в соціокомунікаційних координатах.

Універсальність категорії «ідентичність» підтверджується основними субкатегоріями і принципами, що так чи інакше розкривають механізми «тотожності/відмінності» власного «Я» щодо сучасного соціального простору. У такому ракурсі особливого статусу набуває поняття «Іншого», яке, корелюючи з особистістю, отримує нового функціонального забарвлення щодо ідентичності, особливо у координатах «ідентичності як відмінності». «Я» потребує «Іншого», адже без нього не може існувати, тільки Інший може цілісно пізнати наше «Я» (М. Бахтін).

Відповідно, трансформація Іншого у соціально-комунікаційній площині (ЗМІ з усіма міфологізованими Іншими, зовнішній/внутрішній ворог, колективна свідомість, ідеальний Я, віртуальний простір і дигітальна культура, глобалізація та трайболізація тощо) дає змогу, по-перше, якісно змінити кут досліджень особистості в сучасному інформаційному просторі, зокрема, систематизувати усі антропоцентричні міжгалузеві теорії в єдиному методологічному просторі, а по-друге, визначити позитивні та негативні медійні впливи на формування ідентичностей. Тут на перший план виступають

специфічні прийоми, що супроводжують феномен ідентичності, набуваючи новітніх значень у соціальних комунікаціях.

Так, для сучасної людини характерним являється не просто бачення власної тотожності чи відмінності з Іншим, а важливим стає процес насолоди засобами Іншого (у широкому значенні). Для цього використовується прийом «інтерпасивності», тобто момент інверсії, коли «Інший щось робить замість нас і стає засобом, за допомогою якого індивід має можливість власної ідентифікації, зокрема насолоди (нпр., формування стереотипів засобами соціальних мереж). Інтерпасивність часто призводить до агресії або до страждання, адже ми поступово втрачаємо можливість власного суб'єктивного досвіду, тобто сучасний медіапростір позбавляє людину перспективи осягати речі такими, які вони є насправді, переживати власний досвід (С. Жижек, «Кіногід збоченця»).

Не менш важливим у межах висунутої проблеми постає феномен ресентименту, який дозволяє прояснити причини зіткнення інтересів на міжособовому та суспільному рівнях, зокрема, визначити роль контенту медіапростору щодо різних способів оцінки дійсності та виникненні соціальних конфліктів. Цей феномен означає формування певної системи цінностей, коли людина сублимує власну неповноцінність через агресію до «ворога». Саме у сучасному інформаційному суспільстві, коли людина не просто залежить від інформаційних потоків, а становиться частиною медіапростору, формує власні ідентичності під впливом і у межах мережевого суспільства, ресентимент набуває нового соціокультурного значення, і часто виступає формоутворюючим чинником теперішньої людської ідентичності. Сучасні медіа широко використовують у власних технологіях природу агресивних імпульсів ресентименту, коли кожному ресентименту повинен передувати напад на особистість чи її приниження (зокрема, деякі дослідники розглядають рекламу як приховану агресію щодо споживача). Якщо це довготривала психічна установка, спричинена неможливістю витіснення наявних душевних станів і афектів (М. Шелер), то сучасні медіа не просто продукують подібні стани, а й часто позбавляють людину бажання до контрудару або самозахисту,

що, у свою чергу, провокує появу фрагментарної або розмитої ідентичності.

«Реіфікована людина» Ж. Бодрійяра, «розважальний громадянин» З. Баумана, «одномірна людина» Г. Маркузе, «дезистенція суб'єкта» Ф. Лаку-Лабарта, «інтерпасивна людина» у С. Жижека, - це не повний перелік того, чим стає людина і як може проявлятися сьогодні її ідентичність. Грунтуючись на тезі про візуальне як пріоритетну форму освоєння сьогодення, базовим інструментом культурних і соціальних форм людського буття залишається і тіло, часто будучи інструментом культурних воєн. Тіло набуває найбільш ефективного засобу маніпулятивних технологій медіа (розмальовані, татуйовані, оголені, дефектні, поранені, хворі, знекровлені, спотворені, фрагментарні тощо тіла завжди призводять до певного емоційного ефекту) і безпосередньо впливає на ідентичність. Вартим уваги проявом тілесного у медійному просторі є трансформація теорії нової тілесності у кіберпросторі. Зараз ця сфера досліджень виглядає занадто строкато, особливо щодо очікувань від результатів узаємодії людини з кіберпростором. Ідея вільного розширення тіла у віртуальній реальності, вільне заміщення органів, акцентуація на свободі вибору тілесного образу у net-середовищі продукує, з іншого боку, теорії кіберфемінізму та постгендеризму (Донна Гаравей «Маніфест кіборгів»), і пропагують цілковиту свободу в виборі інваріантних ідентичностей.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Жижек С. Инерпасивность. Желание: влечение. Мультикультуралізм / Жижек С. / Пер. с англ. А.Смирнова, под. ред. В.Мазина и Г.Рогоняна. – СПб.: Алетейя, 2005. – 156 с.
- [2] Чер-унг Пак. Ресентимент, оценка, знание и социальное действие в учении Макса Шелера: опыт исследования социологии чувств [Текст] / Чер-унг Пак. // Социологический журнал. – 1997. - №4. – С.151-164.