Санкт-Петербургский Государственный Университет

Гугнин Герман Витальевич

Выпускная квалификационная работа

**Пересборка идентичности в текстах медиакультуры: культурфилософский анализ**

Уровень образования: магистратура

Направление 51.04.01 «Культурология»   
Основная образовательная программа ВМ.5676.2017 «Культура медиа»

|  |  |
| --- | --- |
|  | Научный руководитель:  Кандидат философских наук, доцент,  Никита Олегович Ноговицын |
|  | Рецензент:  Кандидат философских наук,  Елена Борисовна Карбасова |

**Оглавление**

[Введение 2](#_Toc8698435)

[Глава 1. Самоидентификация как социальный конструкт 6](#_Toc8698436)

[1.1 Понятие идентичности, самоидентификации, пересборки 6](#_Toc8698437)

[1.2 Гендерная самоидентификация как форма коллективной идентичности 10](#_Toc8698438)

[Глава 2. Идентичность и медиакультура 17](#_Toc8698439)

[2.1 Медиа как конструктор личности. 17](#_Toc8698440)

[2.2 Три формы медиакультуры 25](#_Toc8698441)

[Глава 3. Пересборка идентичности. 35](#_Toc8698442)

[3.1 Структуры идентичности. 35](#_Toc8698443)

[3.2 Идентичность как основание Я 47](#_Toc8698444)

[Заключение 56](#_Toc8698445)

[Список использованной литературы 62](#_Toc8698446)

## Введение

Философия, наверное единственная теоретическая наука, которая занимается анализом аксиоматических положений других дисциплин. Любое ее направление, так или иначе имеет своей целью доказать предельные основания предмета и в этом смысле философская антропология не является исключением. От того, по какому принципу будет производится деление, зависит и результат – основание. Как никто в этом направлении в свое время зашел Рене Декарт редуцировав все гносеологические проблемы до уровня чистого субъекта познания, абсолютной рефлексии. Современная аналитическая философия, когнитивистика, культурная антропология и психология невероятно усложнили понимание субъектной стороны человека, его «Я».

Результатом данных междисциплинарных исследований стало в том числе появление таких понятий, как самоидентификация и идентичность. Эти два термина, опять же в силу широкого ряда изучающих их дисциплин, имеют расплывчатые определения, но их основная идея сводится к утверждению существования определённых наборов социо-культурных практик, моделей поведения, картин мира, которые в свою очередь позволяют человеку соотносить себя с той или иной социальной группой и именно эти элементы и наполняют самой форму самоидентификации.

Но процессы происходящие в современном мире, поставили перед идентичностью субъекта и его самоидентификацией ряд поистине экзистенциальных вызовов. Они сводятся к идее глобальной энтропии т.е. освобождению, выхолащиванию всех форм коллективной идентификации. Ускорение этого процесса проистекает из действия современных медиа, непосредственно их особенности коммуникации способствую пересборки.

Эпоха позднего модерна, в силу своих качественных характеристик, ставит перед государствами проблему размывания своих культурных особенностей. Этому способствует как новая волна миграции, так и массовизация и глобализация. Именно современные формы медиа становятся главным механизмом для трансформации личной самоидентификации. Открытая цифровая среда, и возможность пользователем в обход властных нарративов транслировать свои этические парадигмы, позволяет широким массам активно переосмыслять традиционные для их культуры нормы поведения и жизненные стратегии.

Но этот процесс тесно связан и с особенностями самих форм самоидентификации, а именно их потенциальной возможности быть пересобранными т.е. быть включенными или исключенными из набора человеческих самоидентификаций. Их сумма образует определенную структуру, которая подчиняется своей логике пересборки, но между тем в основании данной последовательности форм стоит более фундаментально для человеческого Я основание – идентичность.

Основная **проблема представленного исследования** сводится к нескольким к вопросам: если самоидентификации как формы идентичности могут быть пересобраны в силу процессов энтропии, то каким может остаться в результате исключения всех моделей самоидентификации? Каким образом медиакультура оказывает влияние на процесс пересборки? Конечным результатом этой пересборки становится чистое Я, может ли сама идентичность подвергнуться пересборке или деформации? Подобная проблема в свою очередь отсылает нас к одному из главных вопросов гносеологии и когнитивистики, а именно тому, каков характер отношений между идентичностью, сознанием и субъектом.

**Актуальность исследования** оснований самоидентификации исходит из тотального влияния данного феномена на всю современную культуру. Процессы глобализации, которые мы можем наблюдать в настоящем времени, ставят перед политиками, учеными и обычными людьми, обеспокоенными возможной потерей собственной идентичности, невероятный по своему масштабу вызов. Этот вызов рисует пугающее будущее, наполненное с одной стороны унификацией культурных форм, с другой потерю каких-либо оснований идентичности и целостного образа человека.

**Терминологический аппарат**, который используется в данной работе, оперирует тремя основными понятиями: *идентичность* – свойство человеческой психики постоянно и непрерывно соответствовать самой себе, тождественность и непрерывность нашего Я, несмотря на те изменения, которые происходят с нами в процессе роста и развития (Я — тот же самый); *самоидентификация* – социо-культурная форма, которая включает в себя набор поведенческих практик, жизненных стратегий, представлений о себе и об окружающем мире, элементов на основе которых распознаются «свои» и «чужие»; *пересборка* – это процесс исключения и включения различных форм самоидентификации в структуру идентичностей.

**Объектом исследования** являются идентичность субъекта и формы самоидентификаций, а **предметом исследования**, соответственно процесс пересборки идентичности в медиакультуре.

**Целью исследования** является анализ процессов пересборки идентичности и форм самоидентификации в контексте медиакультуры.

**В задачи исследования** входит: 1) раскрытие основных понятий представленной работы; 2) обоснование гендерной идентичности как формы самоидентификации, детерминированной культурой и социумом, через обращение к гендерной теории и исследований культурных антропологов; 3) рассмотрение идентичности в контексте влияния на него со стороны медиакультуры: 4) исследования результатов влияния рекламы, виртуальной реальности и new media на формы самоидентификации; 5) анализ структуры форм самоидентификаций, ее логики, а так же культурно-исторических предпосылок для формирования процессов энтропии идентификаций; 6) рассмотрение онтологических и гносеологических предпосылок для пересборки идентичности.

**Методология исследования** основывается на междисциплинарном подходе, предполагающем культурфилософский анализ текстов медиакультуры; гипотетико-дедуктивный метод анализа предпосылок; структурно-функциональный метод ориентированный на исследование структуры личности, использовался для исследования особенностей социокультурной самоидентификации.

**Степень разработанности проблемы.** Всю литературу, исследующую данную проблему, на основании логики построения данной квалификационной работы можно разделить на несколько групп.

К первой группе относятся работы связанные с исследованием примитивных культур островов Тихого Океана, Полинезии, и индейских племен Северной Америки. Исследования законсервированных культур открыли социальную структуру общества, где гендерная идентичность не подвергалась табуированию. Изучением таких обществ занималась антрополог Маргарет Ми, румынский философ и религиовед Мирче Элиаде, антрополог Бронислав Малиновский, Рут Андерхилл, Игорь Кон.

Ко второй группе относятся исследования связанные с изучением медиакультуры, к ним относятся философы и исследователи медиа Питер Бергер, Томас Лукман, Ник Коулдри, Андреас Хепп, социальный философ и культуролог Славой Жижек, исследователи медиасреды Илья Кирия, Лев Мáнович.

К третей группе относятся исследователи связанные с изучением идентичности и самоидентификации, к ним относятся такие философы исследователи идентичности как Э. Гуссерль, Э. Эриксон, Г. Теджфел, С. А. Смирнов, М. В. Шакурова, Дж. Мид.

**Структура работы** подчинена целям и задачам исследования и состоит из введения, трех глав (шести параграфов), заключения и списка литературы. В рамках первой главы рассматриваются основные определения данного исследования, а так же раскрывается положение о культурной детерминированности гендерной идентичности. Вторая глава предполагает рассмотрение влияния медиакультуры на идентичность и формы самоидентификации. Третья глава в свою очередь исследует гносеологические и онтологические основания понятия идентичности, подходы к его определению.

# Глава 1. Самоидентификация как социальный конструкт

## 1.1 Понятие идентичности, самоидентификации, пересборки

Данная глава содержит в себе: рассмотрение понятийного аппарата исследования; раскрытие проблемы самоидентификации как свойства сознания отождествлять себя с различными формами коллективной идентичности; возможности культурной конструируемости самоидентификации посредствам медиа; анализ влияние на формы самоидентификации таких областей медиа как: реклама, виртуальная реальность и New media. Последовательное раскрытие обозначенных вопросов позволит осуществить логический переход к решению основной проблемы данной работы.

Исследуя психическую жизнь человека и ее эпифеномены, мы так или иначе в ходе рассуждения должны условиться о начальных, аксиоматических позициях, которые позволят нам вывести непротиворечивое заключение. Подобной, важнейшей, предпосылкой в данной работе служит существование человеческого сознания, которую мы принимаем за истинную.

Несмотря на тот факт, что понятие идентичности в академическом дискурсе принято отождествлять с понятием самоидентификации, в данной работе принципиально важна их дифференциация. Традиционное смешивание представленных понятий, возможно связанное с активным использованием в различных научных дисциплинах, предположительно не влияющее на социальные изыскания, оно скорее будет мешать в рамках исследования с позиций философии сознания и когнитивистики, и в принципе противоречить идее работы.

Понимание идентичности в представленной работе частично опирается на определения, которые в своих трудах дает американский психолог Эрик Хомбургер Эриксон, разрабатывая понятие эго-идентичность[[1]](#footnote-1). Исходя из данных позиций следует определить, что идентичность является неотъемлемым свойством человеческой психики постоянно и непрерывно соответствовать самой себе, представляет из себя основу тождественности и непрерывности нашего Я[[2]](#footnote-2). Отсюда, я предполагаю, что идентичность как свойство психики выполняет функцию неделимого ядра, внутреннего основания Субъекта, в свою очередь дающего возможность для актов познания и сознания в целом.

В отличие от идентичности – самоидентификация, в рамках данного исследования понимается исключительно как продукт конструирования социальных ролей. Самоидентификация представляет из себя результат отождествления индивида с какими-либо формами коллективной идентичности, детерминируется культурой и внешними по отношению к индивиду обстоятельствами[[3]](#footnote-3).

В ходе рассуждения для логического перехода от проблемы самоидентификации к проблеме идентичности и сознания, мной вводится понятие пересборки. Пересборка подразумевает возможность человеческой психики включать и исключать из себя любые формы самоидентификаций. Здесь важно определить место пересборки в ряду других конструктивистских понятий. Питером Бергером и Томасом Лукманом социальный конструкционизм понимался как определенная теория познания, предполагающая прямое создание социальной реальности непосредственно воспринимающими ее индивидами и группами людей[[4]](#footnote-4). Из этого понятия мы выводим, что непосредственным продуктом подобной воспринимаемой реальности является некий социальный конструкт, которым в том числе является самоидентификация, и именно возможность психики человека включать и исключать подобные элементы обозначается термином пересборка.

В этом свете пересборка отсылает нас не к социальному конструированию тех или иных объектов действительности, не к вопросу об объективной или субъективной природе социального конструкта и не к релятивистскому пониманию природы гендера или пола, а к их потенциальной возможности быть включенными или исключенными из присущей человеку «пирамиды» самоидентификаций. Из подобного хода рассуждения можно вывести метафору конструкции, что само собой предполагает вопрос не только о определенной структуре составляющих, возможной иерархии, но и об принципах объединяющих элементы, возможном неразложимом основании.

Таким образом, последовательно развивая мысль, в свете обозначенных выше положений, перед нами встает следующая цепочка рассуждений: если мы предполагаем, что медиа среда детерминирует появление самоидентификаций как культурных конструктов, а весь набор самоидентификаций представляет из себя иерархичную структуру, то каковы принципы сборки ее элементов, и самое главное – что остается после исключения всех форм самоидентификации? Если конечным результатом этой пересборки становится чистое Я, может ли сама идентичность подвергнуться пересборке или деформации? Подобная проблема в свою очередь отсылает нас к одному из главных вопросов гносеологии и когнитивистики, а именно тому, каков характер отношений между идентичностью, сознанием и субъектом.

Культурфилософский анализ данного вопроса на мой взгляд предполагает такой порядок рассуждения, который безусловно должен начаться с 1) обоснования самоидентификации как свойства сознания отождествлять себя с различными формами коллективной идентичности, 2) ее культурной конструируемости в том числе медиа средой. В свою очередь самоидентификация как культурная форма является результатом процесса идентификации индивида, т.е. отождествления себя с другим индивидом, объектом или культурной общностью[[5]](#footnote-5). Ярким и наиболее репрезентативным примером подобной формы является гендерная идентификация.

## 1.2 Гендерная самоидентификация как форма коллективной идентичности

В современном постиндустриальном обществе происходит интенсивное размывание всевозможных границ. Тенденция к глобализации мира способствует исчезновению различий между странами. Активное взаимодействие и взаимопроникновение всевозможных культур становится катализатором межнациональных конфликтов. Подобные процессы происходят и на личностном уровне. Культура эпохи т.н. «постмодерна» ставит перед человеком проблему индивидуальной самоидентификации, тем самым позволяя ему самостоятельно определять свою принадлежность к различным формам коллективной идентичности, таким как национальность, вероисповедание, пол и гендер.

Появление феномена трансгендерности стало закономерным итогом кризиса гендерной идентичности, получившего распространение во второй половине ХХ века. Отказ от биологического и детерминистского взгляда на проблему гендера, позволил осознать его социальную природу и, следовательно, возможность его конструирования. Именно продуктом такого культурного конструирования и стало явление трансгендерности. В основе этой трансформации лежат изменения образа современного мужчины и женщины, их практик и функций в обществе, а также институтов, занимающихся социализацией индивида, в первую очередь, института семьи.

Несмотря на все нарастающую в научном сообществе популярность гендерных исследований, трансгендерность как особый социальный конструкт, изучена в гораздо меньшей степени и в этом плане, в контексте данной работы подобное нестандартное проявление самоидентификации является наиболее репрезентативным примером для подтверждения предпосылки о культурной конструируемости форм самоидентификации и возможно самой идентичности как таковой.

Исследования сексуальности, а тем более гендерной принадлежности, до середины ХХ века были прерогативой исключительно медицинских наук, таких как психиатрия. Медицина квалифицирует сексуальные девиации как “расстройство половой идентичности”, но подобная универсальная формулировка во многом не актуальна сложившейся на сегодняшний момент ситуации, когда трансгендерность подразумевает под собой обширный ряд гендерных самоидентификаций[[6]](#footnote-6). Поиск причин данного феномена лишь в области психологии и сексологии, и исключение, какого-либо социокультурного фактора, создает лишь преграду для понимания источников выше указанного явления. Так же следует подчеркнуть тот факт, что в настоящее время, проблема сексуальной идентификации, медицинским сообществом рассматривается исключительно с позиции “нормальности” и “ненормальности”.

Сам термин «гендер» (с англ. gender – пол) не имеет аналога в русском языке. Словарь наследия английского языка определяет его как классификационный термин и как грамматический род. Слово «гендер» так же может пониматься как «представление отношений, показывающее принадлежность к классу, группе, категории (что соответствует одному из значений слова «род» в русском языке)»[[7]](#footnote-7).

Разделение гендера и пола в академических исследованиях стало происходить сравнительно недавно – в 70-х годах прошлого века, когда благодаря, в первую очередь, феминистским исследованиям стало ясно, что проявления гендерной самоидентификации отличаются в разных культурах, а также в различные исторические периоды. Подобные выводы привели к пониманию того факта, что данные проявления не являются следствием какого-то особого «женского» и «мужского» устройства мозга, как считалось ранее, а обусловлены устройством общества и имеют исторические предпосылки.

Для понимания истоков и причин формирования небинарной гендерной самоидентификации большой материал дают исследования этнографов и антропологов. В ходе научной работы у ряда представителей племен было выявлено не соответствие половой принадлежности и социальной ролью. Результаты данные разработок а также важнейшие кросс-культурные исследования Маргарет Мид, в частности «Взросление на Самоа» (1928 г.) и «Мужское и женское» (1949 г.), способствовали формированию идеи пола, как в том числе социокультурного феномена.

Социальная среда формирует только два явных гендерных статуса – мужчина или женщина. Но данная дихотомия, до сих пор успешно воспроизводимая социумом, в традиционных обществах имела несколько иную структуру. Широкий ряд исследователей, указывают на отсутствие в таких культурах половой идентификации у детей, не совершивших обрядовый переход. Инициация оформляла трансформацию одной фазы жизненного цикла в другую, что сопровождалось утратой старой идентичности и закреплением за индивидом новой.

Мирче Элиаде подчеркивает особую роль ритуала перехода от «бесполого» состояния неофита к четкой половой идентификации, в истоках которого он увидел миф о божественной андрогинности и о двуполом первочеловеке. Ритуальная андрогинизация неофита совершающаяся в ряде первобытных племен актуализирует мифологическое, и указывает на невозможность стать зрелым, не ощутив в себе оба пола[[8]](#footnote-8). Бронислав Малиновский отмечал важность обряда инициации, в котором некогда не имевший пола член общества, путем религиозной сакрализации жизненного кризиса в процессе посвящения, обретает гендерную идентичность. Она характеризуется определенными социальными функциями, накладываемыми на индивида[[9]](#footnote-9). Инициация позволяет совершить социальную трансформацию и выйти из пограничного состояния приобщившись к одной из двух гендерных ролей.

Первенство в изучении гендерной небинарности переходит от психологов и психотерапевтов к антропологическому сообществу и в первую очередь это связанно с работами выдающейся исследовательницы первобытных общин – Маргарет Мид. Чрезвычайно важны для осмысления понятия социального пола ее работы затрагивающие особые формы идентичности, которые были обнаружены у племен оторванных от цивилизации и следовательно от ее культурных стереотипов[[10]](#footnote-10).

Почти одновременно с Маргарет Мид, изучавшей племенные сообщества островов Самоа, в 30-е годы антрополог из Соединенных Штатов Рут Андерхилл начинает свое исследование гендерных самоидентификаций в индейском племени “папаго”[[11]](#footnote-11). Для обозначения представителей трансгендерной идентичности, встречавшихся в племенах индейцев Северной Америки, был выработан единый термин – бардаши (фр. berdache), подразумевавший под собой несоответствие биологического пола и гендерной идентичности индивида.

Антропологи обращают внимание на особое отношение к трансгендерности и транссексуальности, которое преобладало практически во всех культурах североамериканских индейцев. Особенность здесь заключается в ином восприятии гендера и человека, где человек не детерминирован своей идентичностью, а идентичность является непосредственным выбором отдельной самоопределяющейся личности. В следствии чего культура американских индейцев выработала толерантное позицию относительно трансгендеров[[12]](#footnote-12).

Введению в научный дискурс термина *“*гендер*”,* способствовал американский психолог Джон Уильям Мани, занимавшийся изучением феномена транссексуальности и обосновавший его в одной из своих работ[[13]](#footnote-13). Тем самым, гендер стал представлять из себя некую социальную область внутри понятия пола, его социологическое измерение. Активное закрепление понятия гендер происходит уже в 60-х годах. Используемое в первой половине ХХ века исключительно в антропологии, понятие гендера вскоре закрепляется в гуманитарном дискурсе, как термин, указывающий на соотношение социальных полов[[14]](#footnote-14).

Нарастающее понимания того факта, что феномен трансгендерности и любой небинарной идентичности теперь связан исключительно с культурными и социальными факторами, вследствие чего не может на ровне с полом изучаться медицинскими науками позволяет американскому психологу Роберту Столлеру уже в конце 60-х годов отделить друг от друга такие явления как «гендер» и «пол». Столлер начинает свою работу в североамериканском центре изучения проблем гендера, где вскоре в процессе своих исследований и вводит в научный дискурс понятие «гендерной идентичности»[[15]](#footnote-15). В своей работе «Sexand Gender: Onthe Developmentof Masculinityand Femininity» (1968 г.), он обосновывает новый термин путем разделения понятия биологического пола, где главными показателями являются гормональные и анатомические факторы, и гендера, показателями которого являются социокультурная роль, которую принимает на себя человек[[16]](#footnote-16).

Американский культурный антрополог Гейл Рубин предложила наиболее удобное определение для представителей различных гуманитарных направлений: «Система пол/гендер — это набор механизмов, с помощью которых общество преобразует биологическую сексуальность в результаты человеческой деятельности, и в рамках которых эти преобразованные сексуальные потребности встречаются»[[17]](#footnote-17). Рубин формулирует понятие так называемой пологендерной системы «sex-gender-system» определяя ее как «набор соглашений, которыми общество оперирует, чтобы трансформировать биологическую сексуальность в продукт человеческой деятельности, и где эти трансформированные сексуальные потребности удовлетворяются». Рубин утверждает, что «sex-gender-system» формирует два пола как отличные, но дополняющие друг друга. Целью этой системы является управление и подавление для контроля мужским полом материальных благ. Аналогичного видения природы гендера придерживались Кэндест Уэст и Дон Зиммерман, указывая что «гендер “создается” мужчинами и женщинами, чья компетентность как членов общества является залогом их деятельности по созданию гендера»[[18]](#footnote-18).

Таким образом, пример почти столетнего исследования гендерной самоидентификации, как со стороны культурных антропологов, так и со стороны психологов дает нам четкую картину не биологически детерминированного, но в полной мере культурного феномена.

Исходя из этого, на примере теории гендера мы можем сделать вывод о самой самоидентификации как свойстве психики. В первую очередь важно сказать, что самоидентификацию в данном случае следует понимать как способность самоотождествления индивида с различными формами коллективной идентичности, которая в свою очередь не предустановлена и не детерминирована человеческой природой, а является следствием социальных процессов. Во-вторых, следует отметить, что гендерная самоидентификация представляет из себя лишь одну из форм самоидентификаций на ряду с другими схожими формами.

Другой вывод, который важен для перехода к следующей части работы заключается в том, что предположение о гендере как о одной из многих форм самоидентификации непосредственно ведет к предположению о возможности трансформации данных форм. Исследование их неустойчивости в структуре человеческой психики может быть предметом изучения когнитивных наук, для культурфилософского исследования важен сам факт подобной неустойчивости, который позволяет задаться вопросами о возможности подобных изменений в сознании человека, включении и исключении форм самоидентификаций, а также их трансформации в том числе со стороны медиакультуры.

# Глава 2. Идентичность и медиакультура

## 2.1 Медиа как конструктор личности.

Выводы, которые сформулированы в предыдущем параграфе, предполагают последовательный переход к другому тезису, раскрытие которого необходимо уже в этой части исследования. Его основное положение заключается в следующем: самоидентификация, как результат отождествления индивида с какими-либо формами коллективной идентичности, подвергается трансформации со стороны медиа. Данный процесс подразумевает изменение представлений о привычных формах коллективной идентификации – таких как гендер, пол, национальность и т.д., а также расширение или видоизменение привычных социальных моделей поведения, повседневных практик присущих той или иной форме самоидентификации.

Следующее его положение, исходит из тезиса, что подобная трансформация возможна в силу двух основных предпосылок: 1) визуального поворота современной культуры; 2) подверженности конструированию – форм коллективной идентичности. Обе этих предпосылки напрямую связанны с идеей пересборки идентичности.

Как уже было отмечено, данные положения исходного тезиса возможны благодаря предпосылке о медиальном характере культуры, которая в современном мире является преимущественно визуальной. Суть этой визуальной культуры состоит в смене способа передачи информации средствами массовой коммуникации. Текст заменили визуальные образы. На этих образах, а также тех смыслах и значениях, которые они формируют и остановили свое внимание визуальные исследования (visual studies). Доминирование данной формы культуры стало итогом ряда т.н. “поворотов” (Р. Рорти) произошедших в течении ХХ в. Вслед за “лингвистическим” и “перформативным”, Готфридом Бёмом вводится в оборот т.н. “iconic turn”, а Томасом Митчеллом “pictorial turn”. Два последних объединяет между собой трактовка образа как инструмента политики репрезентаций (Н. Мирзоев) и оценка важности материального медиума, оказывающего влияние на способы и эффекты восприятия образного содержания, тогда как для исследователей «visual culture» или «visual turn» на переднем плане находятся социальные и политические свойства образных содержаний[[19]](#footnote-19).

Другой важной предпосылкой является принятие социального конструктивизма, а также тезисов социального конструкционизма Питера Бергера и Томаса Лукмана описанных в работе «Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания» (The Social Construction of Reality, 1966). Основная идея данного исследования заключалась в рассмотрении различных продуктов культуры, идей, знания как определённого рода социальных конструктов, искусственных артефактов, образ которых является результатом социального консенсуса. Причины данного консенсуса Лукман и Бергер видели в свойствах человеческой психики. Данная теория, во многом опирающаяся на феноменологическое учение Эдмунда Гуссерля и Мартина Хайдеггера, вполне применима и к феномену самоидентификации.

Образ реальности в теории Лукмана и Бергера представляет из себя конструкт, эманирование которого берут на себя в том числе и медиаканалы, они уверяют адресата сообщения в истинном характере той реальности, о которой они говорят[[20]](#footnote-20). Таким образом медиа опосредует связь человека с огромным числом других людей, сжимая и репрезентируя их опыт и картину мира, тем самым постоянно утверждая определённый образ.

В подобном процессе перманентной репрезентации образов и смыслов, по мнению Лукмана и Бергера складывается огромное пространство, напоенное всевозможными конструктами, которые в своей сумме представляют матрицу всех социально объективированных и субъективно реальных значений[[21]](#footnote-21). Для авторов – медиа становится в этой системе проводником всех возможных форм идентичности, но не их непосредственным создателем.

Но если для Лукмана медиа является средством утверждения форм идентичности, то в логике данной работы будет верно сформулировать несколько другую последовательность, где медиа не помогает феноменологически принять и понять Другого, а скорее сделать неустойчивыми одни формы самоидентификации и легитимировать другие, более маргинальные или только сформированные. Лукман отмечает способность медиа поставить под сомнение то или иное знание, картину мира. Исходя из данного тезиса мы вполне справедливо можем рассматривать подобную функцию медиа относительно трансформации традиционных самоидентификаций, таких как нация, вероисповедание, образ отца и матери.

Бергер и Лукман построили теорию, в которой медиа манифестируют картину мира, тем самым упрочивая самоидентификацию индивида. Это частично связанно с процессом образования, получения новых специализированных, не «бытовых» знаний. И форма этих знаний, согласно авторам, устанавливается непосредственно правящим режимом, властной инстанцией[[22]](#footnote-22), тогда как при формулировании подобной теории в актуальных условия мы увидим, как социальные сети, виртуальное пространство и т.н. new media реализуя принцип субъект-субъектных отношений, сами формируют ту или иную самоидентификацию. Уже не авторитарный дискурс со стороны власти, но неконтролируемая репрезентация тех или иных образов, моделей поведения задает границы самоидентификации индивида.

Итак, основываясь на двух изложенных предпосылках, теперь стоит непосредственно обратиться к проблеме того, каким образом медиакультура влияет на трансформацию самоидентификации. И начать исследование данного вопроса, по моему мнению следует обратившись к совместной работе двух профессоров Лондонской школы экономики и политических наук Ника Коулдри и Андреаса Хеппа «The Mediated Construction of Reality». В своем труде они пытаются в радикальном ключе переосмыслить теорию Бергера и Лукмана, придав феномену медиа центральный статус в процессе конструирования реальности.

Для Коулдри и Хеппа чрезвычайна важна идея ведущей роли коммуникации в формировании реальности, которую непосредственно и осуществляет медиа[[23]](#footnote-23). Исследователи подчеркивают факт того, что медиа выполняют не только основную функцию – передачу сообщений, но и вовлечены в конструирование идентичности участников коммуникации.

Авторы рассматривают историю, как непрерывный ряд доминирующих видов медиа, которые в свою очередь и определяли ту или иную форму культуры[[24]](#footnote-24). В чем-то вторя Маршалу Маклюену, Коулдри и Хепп указывают, что сам способ передачи сообщения определяет не только какая информация будет в итоге, но и какая реальность из нее следует.

Другим важным тезисом Коулдри и Хеппа является пространственная деформация современного медиаландшафра. Увеличение области коммуникации поставило пользователей перед совершенно новой реальностью – отныне коммуникация осуществляется мгновенно, но не только темпоральность, но и топологичность данного процесса претерпевает изменения. Технологии всемирной сети стягивают абсолютно все пространство в единую точку мгновенной коммуникации. В ходе анализа таких пространственных и технических изменений, авторы обнаруживают важную проблему современной медиа среды. Цифровые расширения в медиакультуре, предоставившие пользователям возможность мгновенной коммуникации, являются продуктом **частных технологический корпораций**, осуществляющих личную идеологическую политику в рамках своего продукта[[25]](#footnote-25).

Очевидность данного факта совершенно не подразумевает очевидность следствия, которое из него вытекает. Осуществление частными компаниями своей идеологической политики напрямую влияет на формирование тех идейных образов, картин мира, которые в свою очередь потребляют потенциальные пользователи сети. Операционные возможности подобных технологических корпораций как Google и Facebook, позволяют им в одностороннем порядке задавать идеологическую повестку, сегрегировать информацию, и сообразно законодательству вместе с этим осуществлять частную дискриминацию противоречащих политике компании дискурсов.

Данный факт позволяет предположить, что намеренное транслирование заранее заданных моделей, норм поведения и социальных практик создают условия для изменения традиционных форм коллективной идентичности. Исходя из ранее сформулированных выводов о свойстве самоидентификации изменяться при воздействии вешних обстоятельств, мы можем сделать заключение, что немереное осуществление частными медиакорпорациями идеологической политики по продвижению определённых идей, образов – приводит к трансформации форм коллективной идентичности.

Примером такой идеологической повестки, транслируемой посредством медиа, может служить образ размытой национальной идентичности. Предпосылки для энтропии национальной самоидентификации мы можем увидеть уже в начале ХХ века с появлением т.н. массового общества. Не вдаваясь в подробное рассмотрение всех эпифеноменов глобализации, можем констатировать, что современная коммуникация в рамках всемирной сети предполагает стирание национальных черт, унификацию стратегий коммуникации, которая в частности предполагает «международный язык общения», возможную анонимность, равноправие участников коммуникации, правила и нормы поведения регламентируемые непосредственно медиаплощадкой без оглядки на региональные особенности. Исходя из этого, справедливо предположить, что все упомянутые условия являются предпосылками для нивелирования, по крайней мере в рамках интернет-коммуникации, национальной принадлежности.

Подобное свойство трансформировать персональную самоидентификацию в рамках пространства интернета, так же отмечает и Шерри Теркл, профессор социологии науки и техники (Massachusetts Institute of Technology). В своей работе «Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age» (2015 г.), она констатирует, что современные медиа технологии играют значительную роль в процессе первоначальной социализации индивида, тесно вплетаясь во все социальные практики, начиная от поиска информации до регулирования повседневных стратегий поведения, они тем самым с неизбежностью задают логику социальных практик, которые собственно в сумме и образуют модель самоидентификации[[26]](#footnote-26).

Возвращаясь к работе Коулдри и Хеппа, следует рассмотреть еще один аспект медиакультуры, который отмечают авторы исследования. Он заключается в свойстве современной медиакультуры рождать новые, «искусственные» формы самоидентификации, основанные на совершенно иных онтологиях нежели традиционные. Примером таких форм могут служить всевозможные интернет сообщества, предлагающие своим участником новые основания для личностной идентификации[[27]](#footnote-27). Условия, которые создают медиаплатформы для подобных групп, позволяют создавать устойчивые социальные общности, в которых, определяющим элементом самоидентификации служит уже не этническая или религиозная принадлежность, а самоассоциирование индивида с определённом дискурсом. Подобные дискурсы могут формироваться как в локальных игровых комьюнити (World of Warcraft), так и в более глобальных и абстрактных, например пользователей «глубинного интернета» (Deep Web).

Обобщая, итогом подобной ревизии становиться иной взгляд на роль медиа в процессах конструирования персональной идентификации. Ник Коулдри и Андреас Хепп, занимаясь ревизией социального конструкционизма Питера Бергера и Томаса Лукмана, самым пристальным образом анализируют современную медиакультуру. В своей работе они делают ряд важных выводов, которые в свою очередь актуальны для представленного исследования. Исходя из логики данного раздела, нацеленного на раскрытие проблемы трансформации коллективной идентичности, можно сформулировать три вывода:

1) транслирование частными технологическими компаниями определенной идеологии, картины мира;

2) создание новых, отличных от традиционных, форм коллективной самоидентификации;

3) трансформация повседневных практик под влиянием дигитальных форм коммуникации.

Завершить раскрытие одного из исходных положений представленного параграфа, я бы хотел кратким вопросом, который справедливо встает в свете рассмотренных выше проблем, а именно: всегда ли медиа исполняли роль инстанции, детерминирующей формы коллективной идентичности?

И здесь возможно стоит обратиться к идеям Никласа Лумана и Маршала Маклюена. Последний в свою очередь при описании феномена медиа использовал метафору «взрыва». Очередное рождения нового, глобального средства коммуникации будь то печатный станок или телефон, сопровождалось по мнению Маклюена переворотом в мышлении людей, в способе восприятия реальности.

Луман практически повторяет идею канадского философа, относительно взрывного характера появления каналов медиа коммуникации, который современники попросту не могут адекватно воспринять[[28]](#footnote-28). По его мнению, формирование нового медиа, в обществе происходит выброс энергии, подобно той, что возникает в результате расщепления атомного ядра. По такому сценарию, медиа спровоцировали национализм и индивидуализм, но наступление следующей эпохи нивелирует и перерабатывает достижения предыдущего медиа взрыва. Все это имеет отношение к формированию и поддержанию индивидуальных и коллективных идентичностей.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что формирование новых медиа с неизбежностью запускали создание новых и отмирание старых моделей идентичности. Хотя сам Луман полагал, что подобный процесс конструирования все же лежит на самом индивидууме: «… не существует никакой̆ возможности перенимать некоторое «Я» по аналогии извне. Тождество индивидов состоит лишь в необходимости использовать схемы для того, чтобы поддерживать их память»[[29]](#footnote-29).

## 2.2 Три формы медиакультуры

Анализ обозначенных в самом начале предпосылок, а именно визуального поворота современной культуры, конструкционистского характера форм коллективной идентичности, а так же причин допускающих трансформацию самоидентификации со стороны медиа, позволяет перейти к непосредственному рассмотрению следующего положения. Оно подразумевает обращение к трем видам медиа, их уникальным особенностям влияния на формы самоидентификации.

Поскольку понятие «медиа» чрезвычайно объёмно и может быть предметом различных научных дисциплин – начиная с теории коммуникации, заканчивая социологией и философией, и следовательно ее понимание может быть как предельно материальным в русле исследований Маршала Маклюена (где медиумы понимаются как средства коммуникации) или более абстрактной системой, несводимой к техническим элементам и функциям, как у Никласа Лумана (медиа тесно связанно с «процессом принятия»)[[30]](#footnote-30), то применительно к данной работе удобнее обратится к трем основным современным видам медиа: рекламе, виртуальной реальности и Новым медиа.

И так – реклама, как один из анализируемых видов медиа в данной работе, представляет собой наиболее репрезентативный пример трансляции моделей поведения и образов для подражания. Аналитику подобных образов предпринял Мишель Фуко, отделив предложения о товарах и услугах, которые составляют т.н. "первичный дискурс " рекламы, от представлений об обществе, взаимоотношений в нем, т.е. существующих социальных, гендерных или полоролевых стереотипах, назвав это "вторичным дискурсом"[[31]](#footnote-31). Именно второй смысловой уровень отсылает по мысли Фуко к невидимым, имплицитным смыслам и образам.

Трансляция определенных форм идентичности происходит непосредственно на втором дискурсивном уровне, именно там реклама закладывает образ женщины/мужчины, тех социальных практик, которые должны быть присущи потребитель по мнению производителя продукта. Рекламодатели естественным образом "продают" потребителю общепризнанную версию социальногендерного мира и взаимоотношений в нем, т.е. "подсказывают, чего от Вас ждут окружающие в более или менее типичной ситуации и каковыми должны быть Ваши действия (пусть даже предпринятые для сокрытия истинных намерений)"[[32]](#footnote-32). Дискурсивный набор транслируемых образов становится основой для самоидентификации.

Подобный способ имплицитной трансляции моделей поведения в свою очередь приводит к кризису привычного гендерного порядка, зачастую она производит образ традиционной маскулинной идеологии, которая перестала соответствовать изменившимся социально-экономическим условиям, и создает социально-психологические трудности как для женщин, так и для самих мужчин[[33]](#footnote-33).

В этом смысле реклама не только осуществляет трансформацию форм идентичности в угоду интересам рынка и экономической целесообразности, но и становится проводником политической воли, тех представлений об индивиде которой хочет реализовать инстанция власти. Реклама в этом смысле остается более традиционным медиа каналом нежели т.н. новые медиа с их субъект-субъектными отношениями.

Исходя из этого, можно предположить, что реклама представляет из себя не только механизм репрезентации товаров, имплицитно навязывающий их приобретение, но и особого рода канал трансляции заранее сформированных моделей поведения. Но что более важно (в рамках данного исследования), реклама способна в рамках «вторичного дискурса» утверждать иные, отличные от традиционных формы самоидентификации.

Совершенно отличные от рекламы процессы происходят в другом аспекте медиакультуры, а именно виртуальной реальности. Ее основой являются беспроводные технологии – краеугольный камень современной визуальной культуры. Избавление от устройств хранения информации и фиксированных мест коммуникации, заставляет нас переосмыслять взаимоотношение с внешней средой и наше положение в ней, что успешно реализуется в технологии дополненной реальности. Одновременно с этим происходит размывание границ коммуникации со средой виртуальной, что является логическим этапом развития визуального взаимодействия. Подобный процесс особенно хорошо виден на примере развивающейся технологии VR (Virtual Reality).

Виртуальная реальность важна в контексте данного исследования, поскольку она обладает особыми характеристиками по отношению ко всем остальным формам современных медиа, в частности способностью погружать в свою симмуляционную реальность индивида, тем самым способствовать не только репрезентации его персоны в киберпространстве, но и выстраивании новой, а так же возможной трансформации его самоидентичности как таковой.

Словенский философ Славой Жижек в эссе «Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия» усматривает, в погружении в нестабильное по своей природе фантомное пространство виртуальной реальности, размывание физических границ не только объекта коммуникации, но и самого субъекта, начинающего по собственному желанию менять параметры своей идентификации[[34]](#footnote-34).

Исследуя свойства виртуальной реальности, Жижек вводит понятие «децентрированного субъекта» – погруженную в киберпространство персону, которая может быть представлена разными личностями. Появление децентрированного субъекта Жижек связывает с энтропией пределов идентичности субъекта, которая приводит к определенному нарушения отношений между индивидом и его телом. Далее он уточняет, что «децентрация» прежде всего означает двойственность, шаткость в определении того, что есть мое "реальное" "я" или моя внешняя маска, а это предполагает, в свою очередь, что моя символическая маска может быть "более подлинной", чем скрываемое ею "подлинное лицо". Радикализуя свой тезис он утверждает, что децентрация указывает на тот факт, что само соскальзывание с одной идентификации на другую или скольжение между "множественными "я" предполагает разрыв между идентификацией как таковой и пустотой, служащей пустым медиумом идентификации[[35]](#footnote-35).

Резюмируя рассмотрение субъекта, Славой Жижек делает достаточно важное заключение – “процесс сдвига идентификаций предполагает наличие своего рода незаполненного средостения, обеспечивающего движение от одной идентификации к другой, и этой пустой средой является сам субъект”[[36]](#footnote-36). Отталкиваясь от данного вывода в следующей главе, я попытаюсь определить характер отношения субъекта к сознанию и непосредственно к самой идентичности.

Стоит так же отметить, что виртуальная реальность, наделяет субъекта виртуальной коммуникации еще одним набором специфических характеристик, а именно: потенциальной анонимностью, невидимостью и безопасностью. Анонимность – важная особенность данного типа медиа, она создает предпосылки для конструирования своего образа. Возможность создавать различные конфигурации личностных характеристик, отличных от реальных, которые обеспечиваются в том числе невидимостью и безопасностью, дают простор для экспериментов с идентичностью в сети[[37]](#footnote-37). По мимо этого эта форма медиа, подразумевает возможность неопределенного количество виртуальных самоидентификаций. Но из-за отсутствия привязанности последних к действительности следует вопрос о том, возможно ли подобные феномены в полной мере рассматривать как элементы психической жизни субъекта.

В любом случае, виртуальная реальность является специфической областью медиакультуры, на примере которой достаточно хорошо видно потенциальные возможности для трансформации форм самоидентификации, создания неопределённого количество репрезентируемых образов, социальных ролей,

Третей формой коммуникации, которую я хотел бы рассмотреть в данном параграфе являются т.н. Новые медиа (New media). Несмотря на то, что визуальная культура активно проявляет себя через повседневность, в современном мире теснее всего она связанна именно с Новыми медиа. Начиная с Маршалла Маклюэна анализ визуальных образов все чаще на прямую отождествляется с медиа. Трансформация каналов-медиумов в начале XXI в. заставляет исследователей переосмыслить характер коммуникации и роль реципиентов. Современная медиа среда формирует субъект-субъектные отношения, в которых потребление людьми визуальных образов непосредственно связанно с их производством, т.е. пронсьюмеризмом[[38]](#footnote-38).

Новые медиа обладают рядом свойств, где важнейшим выступает их цифровая структура. Теоретик медиа искусства Лев Мáнович отмечает, что цифровая медиасреда уже содержит в себе все визуальные образы (Big Data), и задачей автора является лишь конструирование изображений из уже имеющегося контента и упорядочивание отобранных элементов[[39]](#footnote-39). Цифровая среда так же дает широкий простор для конвергенции современных медиумов и жанров. Ярким примером здесь служит любой гаджет, сочетающий на своей платформе различные аудиовизуальные возможности, и любое сетевое новостное издание включающее в себя как текстовые так и видео файлы. Гаджеты становятся яркой характеристикой тенденции к индивидуализации потребления медиа контента.

Таким образом, можно выделить несколько ключевых особенностей Новых медиа, которые важны в контексте их влияние на трансформацию коллективных форм самоидентификации, а именно субъект-субъектный характер коммуникации, интерактивность пользователей, всеобщая генерация контента, цифровая структура медиума, которая подразумевает особую специфику сообщения.

Основываясь на выделенных особенностях Новых медиа, можно констатировать серьёзные отличия в специфике трансляции образов и моделей от той же рекламы или каких-либо еще медиумов воспроизводящих властный дискурс. Причиной такого резкого отличия является интерактивный и субъект-субъектный характер коммуникации, позволяющий включаться всем пользователям в медиа процесс, параллельно с этим стирая грань между создателями контента и его потребителями.

В свою очередь американский философ и исследователь медиа Генри Дженкинс утверждает, что главная особенность Новых медиа заключается в свойствах медийного продукта, который должен быть уже устроен таким образом, чтобы в него, в его концепцию были вписаны участники, в нем самом уже предполагались включёнными слушатели и зрители сообщений[[40]](#footnote-40).

В процессе своего исследования, Лев Манович приходит к гораздо более радикальным выводам. Заостряя акцент непосредственно на цифровых технология, Манович переосмысляет и реактуализирует тезис Маршала Маклюена о медиумах, констатируя что теперь сами средства программного обеспечения – это уже сообщение[[41]](#footnote-41). Манович предполагает, что форма/структура программного обеспечения медиа определяет практически все: характер контента, коммуникации пользователей, сами сообщения, а следовательно то каким образом мы осмысливаем информацию и окружающий мир в целом.

Основываясь на концепции Льва Мановича и отталкиваясь от указанных выше особенностей Новых медиа, можно сформулировать общий, тезис касательно влияния последних на трансформирование форм коллективной идентичности: исходя из истинности предпосылок, что самоидентификация, подвергается трансформации со стороны медиа, в силу заложенной в ней потенции к конструируемости, можно утверждать, что Новые медиа позволяют пользователям формировать и транслировать новые, отличные от традиционных формы коллективной идентичности, этa возможность связанна с открытым, интерактивным характером данного медиума, позволяющего любой личности репрезентовать свои модели поведения, представления о нормах, образе человека, картине мира. Подобный дискурс, затрудненный в контексте традиционных средств массовой коммуникации, в Новых медиа позволяет пользователям формировать нестандартные модели самоидентификаций. Табуированные практики, маргинальные стратегии поведения, культурно «чуждый» образ мышления – все это становится ассамбляжем и констелляциями в рамках психической жизни человек, дополняя друг друга, они формируют новую, отличную от традиционных форму самоидентификации[[42]](#footnote-42).

По мимо этого, радикализируя тезис Мановича относительно средств программного обеспечения, можно предположить, что именно трансформируемость, как свойство форм самоидентификации напрямую является отражением трансформируемой природы Новых медиа. К сожалению, подобное предположение противоречит основному тезису представленной, т.к. сам процесс трансформации самоидентификации укоренён в психике человека, таким образом сходные изменения мы можем обнаружить в эпохи, когда подобных средств коммуникации не существовало.

Таким образом, обозначив тезисы заключительной части представленного параграфа, следует перечислить и обобщить все выводы полученные в данной главе, логика которой подразумевала последовательное и непротиворечивое раскрытие с опорой на источники, трех основных положений, а именно понятийного аппарата исследования, самоидентификации как свойства сознания отождествлять себя с различными формами коллективной идентичности и возможности культурной конструируемости самоидентификации посредствам медиа.

Данная глава, впрочем как и вся работа, исходит из понятий предложенных в первом параграфе, а именно идентичности, самоидентификации и пересборки. При помощи обозначенных концептов, опираясь на философскую и культурологическую методологию, во втором параграфе рассматривается самоидентификация как свойство сознания отождествлять себя с различными формами коллективной идентичности, примером здесь служит гендерная теория. Именно из результатов исследования культурных антропологов, которые выявили у примитивных сообществ иные гендерные роли, можно утверждать. что, поскольку гендерная самоидентификация представляет из себя лишь одну из форм самоидентификаций на ряду с другими схожими формами, они так же как и гендер представляют из себя культурно конструируемый продукт.

Основываясь на описанных выше выводах, в третьем параграфе развивается тезис о визуальном характере современной культуры, где центральной областью является медиа. Подобное положение складывается в силу ряда т.н. поворотов, а так же развития технологий телекоммуникации. Именно такой характер культуры, который уже можно именовать т.н. медиакультурой создает предпосылки для влияния на формы самоидентификации.

По мимо утверждения главенствующей роли визуальной, а далее медиальной формы коммуникации, можно прийти к важным выводам обратившись к работе Питера Бергера и Томаса Лукмана «Социальное конструирование реальности». Исходя из их тезисов и усилив последние в рамках предмета исследования, будет сформулировать несколько иная последовательность рассуждения, где медиа не помогает феноменологически принять и понять Другого, а скорее сделать неустойчивыми одни формы самоидентификации и легитимировать иные, более маргинальные или только сформированные.

Другой вывод основывается на работах Ника Коулдри и Андреаса Хеппа, и предполагает, что осуществление частными компаниями своей идеологической политики напрямую влияет на формирование тех образов и представлений о мире, которые в свою очередь потребляют потенциальные пользователи сети. Операционные возможности подобных технологических корпораций как Google и Facebook, позволяют им в одностороннем порядке задавать идеологическую повестку, контролировать информацию, и сообразно законодательству вместе с этим осуществлять частную дискриминацию противоречащих политике компании дискурсов.

Заключительный вывод данной главы связан с анализом трех видом современных медиа, а именно рекламы, виртуальной реальности, и Новых медиа. И если реклама представляет из себя не только механизм репрезентации товаров, имплицитно навязывающий их приобретение, но и особого рода канал трансляции заранее сформированных моделей поведения, способный (отталкиваясь от терминологии Мишеля Фуко) в рамках «вторичного дискурса» утверждать иные, отличные от традиционных формы самоидентификации, то в свою очередь виртуальная реальность является почвой для создания неопределённого количество образов личности, социальных ролей, способствуя не только репрезентации его персоны в киберпространстве, но и выстраивании новой самоидентификации.

Подводя итог и обобщая вышесказанное можно с уверенностью утверждать, что способность современных медиа воздействовать на психику человека, подверженность последней культурной конструируемости со стороны средств массовой коммуникации и социума в целом, говорит нам о том, что самоидентификация вполне может является свойством сознания отождествлять себя с различными формами коллективной идентичности. Из чего можно сделать вывод, что в психике человека присутствует определенный, культурно детерминируемый набор подобных форм и отсюда неминуемо следует вопрос о характере их отношения между собой, их структуре в рамках человеческой психики и предельном основании в случае если мы исходим из того, что можно извлекать самоидентификацию из когнитивной структуры сознания.

# Глава 3. Пересборка идентичности

## 3.1 Структуры идентичности

Вторая глава представленной работы состоит из двух основных частей: первая связанна с раскрытием структурной логики различных форм коллективной идентичности субъекта, исторического и культурного аспектов энтропии обозначенных форм, их пересборки; во второй части исследуется идентичность, как свойство непрерывной самотождественности Я, ее связь с сознанием и Субъектом, возможность ее пересборки. Логика данной главы заключается в переходе от рассмотрения структуры самоидентификаций, а так же причин их энтропии к раскрытию проблемы пересборки идентичности и вопросу о ее связи с сознанием. Данный порядок рассуждения позволит последовательно и непротиворечиво раскрыть проблему обозначенную в этой работе.

Основная задача предыдущей главы состояла в рассмотрении феномена самоидентификации в его связи с медиакультурой. Исследования в области культурной антропологии позволили обнаружить совершенно иные гендерные идентичности у примитивных культур. Развитие с середины ХХ века гендерной теории окончательно сформировало представление о самоидентификации как о культурно детерминированном феномене. Но логика подобных исследований заставляет задаться вопросом и о других подобных формах идентичности.

Основное положение данного параграфа состоит в том, что различные формы коллективной идентичности, не смотря на свою социокультурную конструируемость, подвержены пересборке , т.е. включению и исключению из набора личностных самоидентификаций. Причина этого заключается в характере онтологической укорененности тех или иных идентичностей в психической жизни субъекта. Метафорой данной структуры форм самоидентификаций может служить пирамида, где на вершине мы можем наблюдать поздние культурные формы, а в основании наиболее ранние. Соответственно пересборка подобной структуры, со стороны культуры, относительно разных форм осуществляется по-разному.

Анализ пересборки и последовательной энтропии всех форм коллективной идентичности следует начать с обращения непосредственно к культурной ситуации, которая и спровоцировала этот фундаментальный процесс трансформации. Этим периодом становится эпоха т.н. Нового времени. Переход классической европейской рациональности, культу разума и Просвещению[[43]](#footnote-43), запускает процесс пересмотра тех культурных идентификаций, который формировались на протяжении всего Средневековья.

Подготовительный этап модернизации в западных странах начался с распространения идей, разрушивших старую и сформировавших новую систему общественных ценностей, с построения новой культуры, изменения идентичности людей. Именно изменение культурной идентичности рассматривается теоретиками модернизации как необходимое условие успешности, а ее смена говорит о завершенности определенной фазы модернизационного цикла[[44]](#footnote-44).

Переход к новоевропейской субъективности сопровождался критикой религиозных христианских оснований общества. Процесс секуляризации, начатый одновременно с Просвещением, подразумевает критическую оценку религиозно-этической компоненты в жизни индивида. Религиозная самоидентичность игравшая важнейшую роль в жизни средневекового человека, начиная с реформации постепенно ставит вопрос о конгрегации, а концу XIX века и вовсе о христианской идентичности как таковой.

Позитивистский поворот в Западно-европейской культуре, дает импульс для небывалой критики церкви и веры в Бога[[45]](#footnote-45), что само по себе говорит о масштабном процессе пересборки христианской самоидентификации и ее постепенного исключения из набора фундаментальных структур психической жизни.

Постепенный отказ от религиозной идентичности, который можно наблюдать и сегодня, является одним из итогов энтропии форм коллективной идентичности, но отнюдь не единственным. Пересборки подвергается практически весь спектр наиболее традиционных и фундаментальных форм, одной из которых является этническая самоидентификации.

Этнос – это социокультурная общность, связывающая людей как по принципу языка так и по принципу крови[[46]](#footnote-46), и наряду с религиозной принадлежностью она занимала важное место в системе культурных доминант средневекового человека. И именно с началом Нового времени культурным, территориальным и языковым категориям самоидентификации и, отчасти, социальной принадлежности, характеризовавшим отношения внутри и между различными этническими группами, стала противопоставляться искусственно сконструированная концепция «политической» этничности[[47]](#footnote-47).

Предшествующей этнической связи самоидентификации начали противопоставляться размытые идеи коллективной идентичности которые обращались к представлениям об нации как группе людей с совместной судьбой и общей историей. Данное противопоставление становится началом постепенной трансформации этнического самосознания, связанного с кровно-родственными и языковыми аспектами, в национальную идентичность активное начало формирование которой связывают с Вестфальским миром (1648 г.), ставшим итогом Реформации и собственно образовавший национальный дискурс, основанный на независимости национального государства[[48]](#footnote-48). Если этнокультурная самоидентификация представляя из себя хоть и широкий, но все же чувственно обнаруживаемую схожесть общности индивидов, то пришедшая ей на смену национальная самоидентификация и вовсе представляла из себя набор абстрактных представлений о гражданских правах и «ментальном образе»[[49]](#footnote-49). В период Средневековья индивиды социализировались в семье, общине, корпорации, сословии, то в Новое время форма социализации индивидов задает параметры иному процессу идентификации. Индивиды выбирают формы социализации, их предопределяют функционально-ролевые отношения «по соглашению»[[50]](#footnote-50).

Все обозначенные особенности нововременной национальной самоидентификации по сути рассказывают о определенном порядок пересборки, включения и исключения форм самоидентификаций, но наиболее важный аспект заключается в характере данных изменений, а именно той логике конторой следуют процессы расщепления фундаментальных европейских идентификаций. Основу данной логике закладывает политическая философия либерализма. Отталкиваясь от ее концептуальных положений, связанных с идей независимого субъекта, картезианской, галилеевской и ньютоновской революциям, идей неотъемлемых прав человека признания свободы совести, воли, религиозного, морального и правового сознания, утверждается протестантский тип личности, философия либерализма заложила почву для эффективной возможности исключать различные формы самоидентификаций индивида. Либерализм по сути провозглашает потенциальную свободу субъекта от всех форм коллективной идентичности, взамен предлагая гражданственную, национальную идентичность. Но логика либерального философского дискурса подвергает сомнению и сам концепт национальности, что привод в свою очередь к пересборке его уже в эпоху т.н. постмодерна.

Политическая философия либерализма, следствием которой становится эмансипация индивида, создает условия для глобальной пересборки идентичности субъекта и его образов будущего. Прежняя этнокультурная идентичность во многом базировалась на локальном территаионализме. В свою очередь эпоха Модерна предлагает индивидам новые формы взаимных связей, свободных капиталистических отношений, личных частных связях эмансипированных субъектов, арбитром которых выступало национальное государство[[51]](#footnote-51). Итогом развития данной идеологии становится появление гражданского общества и гражданской идентичности.

Европейская гражданская идентичность как феномен Нового времени фундировалась и определялась просвещенческим рационализмом. Последний, в свою очередь, форматировал ключевое общественное отношение и основную проблему европейской общественной мысли в пространстве триады «личность - общество - государство»: личность, основываясь на рациональном выборе, воздействовала на общество, а общество использовало государство как инструментальную форму[[52]](#footnote-52).

Традиционное общество обеспечивало сохранность всех «онтологических» форм самоидентификации, таких как раса, религия, пол. Эпоха Модерна обращаясь к либеральной политической философии и новой гносеологии Декарта, где центральное место занимает самотождественное Я, классические формы самоидентификации ставятся под сомнение, и индивид получает свободу рационального выбора, возможность свободно выходить из не отвечающих его представлениям культурных парадигм.

Исходя из обозначенных тезисов, можно резюмировать, что в ходе формирования национальной самоидентификации, сформировалась абстрактная идея гражданской нации, которая в процессе пересборки классических самоидентификаций европейского субъекта подавила и исключила все остальные, традиционные формы коллективной идентичности[[53]](#footnote-53).

Сформированная национальная модель идентичности основывалась на четких границах государственной территории, представлении о независимости, суверенитете нации перед лицом других государств и непосредственней приоритет собственных интересов. Так же, важнейшим элементом являлась унификация культурного и политического пространства общества посредством развития национального языка, системы национального образования и средств массовой коммуникации, централизации государственной власти. Таким образом, к началу XIX в. в пирамиде коллективных самоидентификаций субъекта появляются не только новые формы, но и выстраивается новая структура. Традиционные и казалось незыблемые, модели самоидентификации в ходе новоевропейской пересборки и позитивистского поворота постепенно исчезают, и уступают место более масштабной идентичностью.

По мимо пересборки, которая затронула религиозную и этнокультурную составляющую, изменения Нового времени так же затрагивают социально-экономическую самоидентификацию. Несмотря на формирование национальных государств и, следовательно, суверенных экономик, Реформация и протестантизм запускают сильнейшие экономические процессы эмансипации. Свободная торговля и рыночные принципы стирают денежные границы. Распад самоидентификации который был связан с денежными, экономическими отношениями претерпевает энтропию, границы торговли расширяются и за этим следует постепенное расширение экономических контактов с другими регионами. Протестантизм формирует новый тип личности, нацеленный на активное воздействие на внешний мир, стремящийся к материальному успеху, материальному богатству, удовлетворению собственных возрастающих потребностей, получил название «экономический человек» (homo economicus). Институт частной собственности, который способствует формированию гражданского сознания, превращению бывшего подданного, служащего вассалу, корпорации или церковному ордену, в гражданина, трудящегося по найму или в качестве собственника предприятия. В Новое время отвергается идея тождественности и подчинения частного общественному, общество становится первичным по отношению к государству. Вертикальным социальным связям пришли на смену горизонтальные - невластные, которые образовывали горожане исходя из личных интересов. Примечательно, что личные интересы могли идти вразрез с интересами государства[[54]](#footnote-54).

Подобные процессы в том числе становление капиталистической системы в Западной Европе, а так же расширение экономических связей, стало итогом не только колониальной экспансии в начале Нового Времени, но и появления национального государства – прямого следствия развития идеи субъекта и его эмансипации[[55]](#footnote-55). Важно отметить что, капитализм и буржуазия становятся важным фактором национальной эмансипации – там где раньше этнокультурная, религиозная или регионально-экономическая регулировали отношения между людьми, капиталистическая система расширила границы коммуникации, поставив во главу угла рыночные отношения и коммерческую выгоду, преодолев таким образом межконфессиональны или идеологические противоречия. Именно борьба капитала различных свободный акторов рынка способствовала дальнейшей пересборки форм коллективной идентификации[[56]](#footnote-56).

Обозначив все основные причины постепенного процесса энтропии различных форм коллективной идентичности, следует обратится уже к современной исторической ситуации для воссоздания логики процесса пересборки самоидентификации. Эту культурную или историческую ситуацию можно обозначить как т.н. поздний модерн или постмодерн.

Ее формирование, в том числе становится результатом кризиса идеологии Модерна, а именно главных ее составляющих: культа разума, как главного ориентира человека, идеологии национального государства с его экспансионистской европоцентризмом, оснований национальных культур. Кризис идей модерна заставляет прерваться воспроизводству национальной идеологии, национальных культур как базиса человеческой самоидентификации[[57]](#footnote-57). На смену указанным культурным константам характерным для Нового времени приходят новые культурно-исторические обстоятельства, которые и задают вектор развития и логику пересборки личностных форм самоидентификаций.

Рассмотрение культурных особенностей современной эпохи, позволит более четко сформулировать причины изменений в идентификации. И наиболее репрезентативными здесь могут является такие понятия которые наиболее часто применимы к ситуации постмодерна как размытие границ в различных сферах жизни, слом привычных иерархий и метанарративов, деконструкция и переосмысление имеющихся.

Если в Средние века общество обращалось к таким традиционным ценностям и идеям как Бог, семья и т.д., а в Новое время к нации, рациональности, человекоцентричности, то в эпоху позднего модерна абсолютно все обозначенные общефундаментальные ценности игравшие для этих культурных ситуаций определяющую роль, ставятся под сомнение. Столкновение современного человека с тотальным релятивизмом этических, культурных, научных установок предполагает и потери крупных моделей самоидентификации.

Достижение национальных государств в виде формирование гражданских прав и свобод, подвергается редукции, сводящемуся к бюрократическим и политическим процедурам и более не имеет той идеологической скрепляющий силы какое имело в национальном государстве. Эти достижения, которые в частности сводились к , государственным законам, подвергаются размыванию со стороны процессов глобализации, унификации международных законодательств, интеграция государств в международную универсальную правовую систему[[58]](#footnote-58). Именно, глобализация как культурно-исторический процесс играет здесь одну из решающих ролей. Ее унифицирующее воздействие на национальные культуры, становится одним из самых главных причин кризиса национальной идентичности, некогда поставившей под сомнение этнокультурную самоидентификацию[[59]](#footnote-59).

Таким образом, глобализационные процессы следствием, которых является унификация создают несколько противоречивую концепцию структуры самоидентификаций индивида. С одной стороны тенденция к стиранию национальны границ и культур приводит к гомогенизации общества, с другой поздний модерн, которому свойственна с сакуляризвонанция и релятивизм любых культурных доминант перестает формировать какой либо целостный образ человека, культуры больше не предлагают определённый набор идентичностей, формирующих прочную структуру самоидентификаций, а следовательно и образа человека.

Ускорение социального времени не позволяет полагать что какие-либо профессиональные или другие субкультурные области способные сформировать устойчивые формы самоидентификаций. Напротив, можно полагать, что ускорение социальных процессов не позволяет удерживать ту или иную, даже не примитивную форму самоидентифицирования. Данному эффекту в том числе способствует и само общество все реже приписывающее индивиду какие-либо культурные паттерны или какое-либо четкое место в социуме[[60]](#footnote-60).

Как уже было рассмотрено в предыдущем параграфе, бремя формирования самоидентификаций, их пересборка, формирование новых структур ложится на самого индивида. Возможность для ускорения этих процессов дало появление технологии массовых коммуникаций и в частности Новых медиа предполагающих субъект-субектные отношения. Следовательно можно сказать, что субъект в эпоху позднего модерна сам отвечает за образ самого себя, за тот результат, которого он достигнет в ходе пересборки и трансформации своих идентификаций, моделей поведения, этических представлений, стратегий коммуникации с другими людьми[[61]](#footnote-61).

Таким образом, исходя из анализа культурно-исторических ситуаций Нового времени и позднего Модерна, можно сделать ряд выводов важных в рамках логики данной работы и обоснования концептуальных положений обозначенных в начале первой главы. В ходе этого рассмотрения различных обозначенных периодов можно выделить ряд основные форм идентичности которые подвергались пересборки, такие как: этно-культурная, религиозная, социально-экономическая. Будучи исключенными, им на смену приходит искусственная, синкретическая идея национального государства и нации как новой формы коллективной идентификации. Формирование национальной идентичности привело к исключению ряда более традиционных наборов самоидентификаций. В свою очередь эпоха позднего модерна подвергает пересборки уже национальную, гендерную, половую и расовую идентификации.

Интерпретация логики данного процесса, в контексте данной работы связанна с процессом постепенной энтропии, высвобождения одного набора культурный идентичностей и создание за место него нового. Принцип пересборки данных форм основывается на той структурной, онтологической укорененности которая заложена в самоидентификации, ее биологической, или культурной детерминированности. Несмотря на возможность интерпретировать данные процессы как замену одних культурных практик, стратегий поведения, картин мира на иные, при обращении к современной социокультурной ситуации можно заметить как процесс исключения уже в свою очередь национальной идентичности не приводит к формированию какой то иной культурной политической самоидентификации.

Следовательно, Логику структуры подобных самоидентификаций, в севе изложенных положений можно метафорически представить через образ пирамиды где на вершине мы можем наблюдать поздние культурные формы, а в основании наиболее ранние. Соответственно пересборка подобной структуры, со стороны культуры, относительно разных форм осуществляется по-разному. Причины этих процессов связанны с энтропией форм коллективной идентичности, которая в свою очередь является результатом философских и социально-идеологических положений либерализма, идеи субъекта и декартовского Я, которые в частности имплицитно предполагают освобождением индивида от коллективистских идентификаций.

Последовательная пересборка и энтропия, может привести к серьёзному кризиса идентичностей, в которой современный человек может потерять не только свои онтологические (социальные и биологические) свойства. Современные медиа, ускоряют процессы нарушения границ идентичности, системные свойства пола, класса, этноса, религий, национальности активно пересобираюся. Но более важный вопрос который вытекает из данных выводов и в свою очередь позволяет перейти к заключительной части данной работы связан с тем, что остается при исключении всех форм коллективной идентичности. Если структура самоидентификаций предполагает набор форм разной степени укорененности, можем ли мы утверждать, что их полное исключение приведет к полному освобождению субъекта, что останется в результате подобного процесса, сознание, чистое Я идентичность и т.д. Подвергнется ли идентичность как самотождественность данным разрушительным процессам?

## 3.2 Идентичность как основание «Я»

Заключительная часть данной работы отталкиваясь от выводов сформулированных в предыдущих параграфах, несет в себе задачу раскрытия итогового концептуального положения, которое являет собой логическое завершение темы идентичности и самоидентификации.

Определив конечное положение предыдущего параграфа, которое заключается в понимании набора самоидентификаций как структуры, пересборка которой подвержена определенной логике и потенциально может предполагать исключение всех форм самоидентификаций, нужно обратиться к центральному понятию работы, а именно идентичности. Оперирование концептом идентичности в рамках данного исследования, возможно при обращении к нескольким подходам, как в философии так и гуманитарных наук.

Следующим важным шагом является раскрытие идентичность, как неделимого основания структуры самоидентификаций. В этом смысле самотождественность Я выступает как последняя и фундаментальная форма самоидентификации. Именно она остается после исключения всех форм самоидентификаций и ее пересборка невозможна в силу ее тесной связи с устойчивостью сознания и самого субъекта.

В отличие от остальных форм идентичность, детерминирующей силой которых являются биологические или социокультурные основания, идентичность, как фундаментальное свойство человеческого Я соответствовать самому себе, находит свое основание в рефлексии и темпоральности. Данные свойства идентичности не позволяют ему быть и пересобранным и одновременно сохранить устойчивое Я субъекта или сознание как таковое.

Подобная последовательность рассуждений, как уже было отмечено выше, предполагает обращение к концептуальным границам понятия идентичность. В силу его междисциплинарной природы, подходы к его определению лежат как в плоскости философии, так и гуманитарных наук. Весь корпус определений и понятий можно редуцировать к четырем основным направления: онтологическому, гносеологическому, философско-антропологическому и психофизиологическому.

Онтологический аспект идентичности наиболее важный в раскрытии понятия идентичности. Без относительно объекта рассмотрения, тождественность представляет из себя в самом общем смысле свойство бытия, быть равным, тождественным самому себе. Данное свойство в свою очередь предполагает логическую операцию и представляет из себя один из четырёх основополагающих законов логики. Таким образом онтологические характеристики идентичности напрямую связанны с тождественностью и следовательно предполагают идею различия и неравенства.

В онтологическом аспекте социальная идентичность рассматривается как базисная структура человеческого существования, фиксирующая сложную связь всеобщего характера между человеком и обществом, как своеобразная бытийная основа их взаимное соразмерности, которая придает человеку определенность. Этот аспект развивался в рамках традиции рассматривающей идентичность (расовую, гендерную, национальную) как объективную данность, изначальную характеристику человечества, а также в классической западной философии (Г. Гегель, Ф. Шеллинг), согласно которой идентичность понималась в качестве субстанциальной сущности. Всякая сущность в онтологическом смысле есть незамкнутость, открытость всему другому, она отрицает, утверждает и превосходит себя[[62]](#footnote-62).

В тоже время, онтологической характеристикой идентичности является, свойство субъекта принадлежать как сфере рефлексии и сфере культуры. Наличие этого отстранения от внешнего мира стало предпосылкой для формирования человеческого самосознания. Посредством самоидентификации он стремится вырваться за пределы онтологической дуальности. В этом процессе выражается его стремление к согласованию, гармонизации своих действий с наличным состоянием и перспективой развития общества. Отсюда и становление самоидентификации человека в социуме можно рассматривать как процесс самодостраивания до целостных форм проявления[[63]](#footnote-63).

Гносеологический подход в свою очередь предполагает опору на апперцепцию, опытное формирование знания, связанное с накоплением и оценкой информации о различных формах коллективной идентичности. Важным, в этом подходе является аспект «удачного» поведения субъекта, верной интерпретации «правильного поведения», которое и позволяет сохранить и поддерживать стабильным человеческое «Я».

Как уже было отмечено в рамках онтологического подхода, тождественность, как неотъемлемая характеристика идентичности, предполагает модус различия. В гносеологическом аспекте идентичности это раскрывается путем опытного умения индивида отличать членов и элементы той формы коллективной идентификации, от другой. Подобное умение предполагает наличие опытного знание о тех моделях поведения, отличительных особенностях и т.д., которое поваляют проводить операцию отличия, тем самым включая себя в область определенной коллективной общности. «Для обретения самоидентификации, самотождественности субъект должен идентифицироваться с воображаемым «другим» – должен подвергнуть себя отчуждению, вынести свою идентичность вовне себя».

Третий подход в рассмотрении идентичности основан на психофизиологических характеристиках человека. В нем идентичность определяется как главная часть в структуре личности. Главными элементами здесь являются ценности, идеи, картина мира, иными словами то что предполагает объединение и поиск общих смыслов с Другим. В этом подходе идентичность понимается как развивающаяся, подверженная изменениям структура и как уже было упомянуто в предыдущем подходе, тесно связанна с идей опытного знания а следовательно умения отличать элементы своей группы от другой (А. Ватерман). Выделяются два аспекта идентичности: личностный и социальный. В психоаналитических исследованиях уделяется большее внимание личностной идентичности, однако, исследователи показывают, что личностная идентичность связана с социальными отношениями и отчасти преломляется через них (Дж. Мид.).

В свою очередь философско-антропологический подход к определению понятия идентичности связан с именем американского психолога Эрика Хомбургера Эриксона. Именно он первый в идеи эго- идентичности связал последнюю и непрерывность, тождественность Я самому себе.

Для Эриксона было важно указать, что идентичность, как самотождественность Я, является неотделимой частью индивидуальности человека. По мимо этого идентичность является по Эриксону не только элементом ядра индивидуальности, но и процессом ее развития, тем самым постоянно обнаруживать темпоральность своей жизни в культуре[[64]](#footnote-64). Идентичность в тоже время, как уже было отмечено, выполняет функцию самотождественности Я. Обладать идентичностью, считает Э. Эриксон, значит иметь твердо усвоенный и личностно принимаемый образ себя во всем своем богатстве отношений личности к окружающему миру, чувство адекватности и стабильности владения личностью собственным Я независимо от внешних и внутренних изменений[[65]](#footnote-65). Еще одной важной характеристикой, которая прослеживается в понимании идентичности Эриксоном, является тесная связь с историческим и культурным контекстом в котором собственно и формируется идентичность[[66]](#footnote-66).

Обобщая все указанные подходы и исключив противоречащие свойства и характеристики, можно констатировать что идентичность, в наиболее определенном виде представляет собой неотъемлемое свойство человеческой психики постоянно и непрерывно соответствовать самой себе, она представляет из себя основу тождественности и непрерывности нашего Я. Отсюда, я предполагаю, что идентичность как свойство психики выполняет функцию неделимого ядра, внутреннего основания Субъекта, в свою очередь дающего возможность для актов познания и сознания в целом.

Следующим важным шагом в раскрытии свойств идентичности является выделение его места в иерархичной структуре самоидентификаций. Как уже отмечалось, самоидентификации являются культурными конструктами и несут в себе потенцию к пересборки, т.е. включению и исключению из ряда самоидентификаций. Они способны основываться как на биологических так и на культурных предпосылках, которые различаются разной степенью детерминированности и фундаментальности в рамках природы человека. Медиасреда ускоряет и способствует пересборке самоидентификаций как культурных конструктов, а весь набор самоидентификаций представляет из себя иерархичную структуру, в основании которой лежат наиболее древние формы коллективной идентичности тесно связанные с биологическими характеристиками, на вершине же, формы целиком являющиеся продуктом культуры.

В подобной структуре, в процессе отказа субъекта от всех форм коллективной идентичности, мы можем столкнутся с проблемой основания, конечной формы самоидентификации. Исходя из логики рассуждения и верности предпосылок, наиболее фундаментальными формами самоидентификации являются формы видового самоотождествления. Но как уже обозначено в предыдущем параграфе, процессы энтропии, которым подверглись традиционные модели, такие как религия, нация, пол и гендер, затрагивают абсолютно все без исключения формы идентичности. В этом контексте, распад такого фундаментального основания человеческой идентификации как вид, является вопросом времени, тем самым подводя нас к проблеме об оставшемся основании.

Этот вопрос продвигает ход рассуждения к центральному положению данной работы, а именно принципиальной невозможности пересборки идентичности как свойства самотождественности Я. Это утверждение базируется на трех, чрезвычайно важных для теории идентичности, предпосылка, а именно: рефлексии, темпоральности и целостности Я.

При раскрытии этого тезиса следует вернуться к гносеологическому подходу обозначенному выше. Именно в этой области Джон Локк использовал понятие идентичность. Личность понимается Локком, как постоянство пребывания в изменяющихся состояниях сознания, поддерживаемое рефлексивным единством памяти. Самоидентификация субъекта осуществляется посредством обращения через рефлексию в сознании к своим прежним ментальным состояниям[[67]](#footnote-67). «...Сознание определяет в каждом его Я и этим отличает его от всех других мыслящих существ, то именно в [сознании] и состоит тождество личности, то есть тождество разумного существа. И насколько это сознание может быть направлено назад, к какому-нибудь прошлому действию или мысли, на- столько простирается тождество этой личности...»[[68]](#footnote-68).

Таким образом, идентичность по Локку исходит из наличия в ней рефлексивного аспекта, который помогает субъекту возвращаться в процессе этой самой рефлексии к прошлым ментальным состояниям и тем самым обнаруживать себя в мире. Таким образом обращаюсь к себе самому в прошлом и обнаруживая там себя, человек увязывает свое бытие с остальным миром и утверждает свою цельность, цельность своей психической жизни.

По мимо этого идентичность представлена и саморефлексией по поводу своих рефлексивных практик, рефлексии само идентичности т.е. переживаний, опыта, моделей поведения, которые становятся присущи индивиду во время приобщения к коллективным формам самоидентификации. Э. Гидденс в каком-то смысле повторял Локка и видел в идентичности незаконченный процесс из-за ее потребности в перманентном воспроизводстве и трансформации, которое позволяло быть адекватным окружающему миру. Поиск идентичности для Гидденса подразумевает поиск тождества с самим собой и является постоянным, человек постоянно самоидентифицируется[[69]](#footnote-69).

Короче говоря, субъект сам определяет направление своего развития, при помощи рефлексии связывая различные ментальные состояния в единую точку рефлексивного акта. Распад самоидентификаций, пересборка форм коллективных идентичностей не способна затронуть самотождественность Я в силу способности идентичности содержать в себе рефлексивный потенциал, возможность находить себя в разные временные периоды, связывая свои события и переживания от различных форм самоидентификаций, даже несмотря на их возможную энтропию или постоянную пересборку. Рефлексия в процессе идентификации объединяет ментальные переживания различных коллективных идентичностей в единый момент самопознания, тем самым поддерживая целостное Я[[70]](#footnote-70).

Другим важным аспектом идентичности удерживающий ее от пересборки и распада субъекта является темпоральность. Именно в ней раскрывается и обнаруживает себя субъективное Я. Основой темпоральных процессов проистекающих в идентичности субъекта является способность человека перманентно обнаруживать себя в трех временных категориях. Я субъекта путем рефлексии способно возвращаться к прошлым, уже историчным ментальным состояниям. Вместе темпоральность предполагает возможность обнаруживать себя как в настоящем, так перспективно осмысливать себя в будущем. Тем самым через темпоральность человек всегда способен обращаться к своему историческому Я, где и происходит раскрытие идентификации. Мотивационными составляющими социального поведения человека выступают временные модусы его идентичности – прошлое как пережитое и особенно будущее как проективное[[71]](#footnote-71).

Временное или темпоральное свойство идентичности исходя из этого предполагает постоянную направленность своих потенций в будущее, тотальное самотождественное становление. Идентификация форм коллективной идентичности существует в силу исторической, темпоральной идентификации отдельных субъектов, первичной темпоральности субъективного сознания как условия возможности временного и рефлексивного процесса культурных групп и коммуникации самих субъектов (Э. Гуссерль).

В связи с этим можно утверждать, что темпоральность, как универсальная область жизни человека и культуры, то рефлексия времени своего существования является обязательной предпосылкой рефлексией своей идентичности. Рефлексия и обращение к временным моментам придает Я субъекта целостности и самотождественности. Осмысление временно в связи с этим является залогом устойчивости субъекта, а следовательно и невозможности его пересобрать не подвергнув разрушению саму личность и существование целостного индивида.

Резюмируя, можно сказать, что пересборка т.е. включение и исключение человека из различных форм идентификации является важной проблемой в свете процесса энтропии коллективных идентичностей, культурно-антропологических или природно-детерминированных самоидентификаций. Анализ структуры самоидентификаций показывает потенциальную возможность их постепенного исключения, из чего возникает вопрос об конечном, онтологическом основании субъекта. Этим основанием выступает идентичность – свойство сознания постоянно и непрерывно соответствовать самой себе. В свою очередь идентичность, в отличие от форм самоидентификации не может быть подвергнута какой-либо пересборке или разрушению. Причины этого заложены в свойствах идентичности быть рефлексивной и темпоральной. Способность субъективной идентичности постоянно возвращаться к определённым ментальным состояниям, рефлексировать основания своей идентичности, а так же в своих потенциях быть направленной во времени предотвращает возможность процессам энтропии разрушить или пересобрать идентичность без потери целостности субъекта.

# Заключение

Любой научный анализ предмета или понятия, который входит в междисциплинарную область, сталкивается с проблемами концептуального свойства. Различные исследовательские подходы, как теоретических дисциплин, таких как философия и логика, использующие дедуктивную модель рассуждения и определенный набор аксиоматических положений, или же эмпирические, индуктивные дисциплины, при своем синтезе могут создать довольно противоречивую и не последовательную теорию. Такая сложность возникает и при исследовании понятия идентичности, лежащего на стыке практически всех гуманитарных и философских направлений.

Концепция данного исследования предполагала определенную цепочку рассуждений, в которой одна из главных предпосылок сводится к положению, что медиасреда детерминирует появление самоидентификаций как культурных конструктов, а весь набор индивидуальных самоидентификаций представляет из себя иерархичную структуру. Из этого вытекали две основные проблемы, а именно: каковы принципы сборки ее элементов, конечные онтологические основания данной структуры и можно ли подвергнуть конструкцию самоидентификаций таким разрушительным воздействиям, которые приведут к пересборки их основания.

Для раскрытия феномена самоидентификации как культурно конструируемой формы, я обратился к исследованиям в области гендера, т.н. гендерной теории. Результаты почти столетних исследований, как со стороны культурных антропологов, так и со стороны психологов дали нам четкую картину социокультурной природы гендерной идентичности. Исходя из этого, на примере теории гендера мы можем сделать вывод о самой самоидентификации как свойстве психики, которая является следствием социальных процессов. Так же, следует отметить, что гендерная самоидентификация представляет из себя лишь одну из форм на ряду с другими. Другой вывод предполагает, что предположение о гендере как о одной из многих форм самоидентификации непосредственно ведет к предположению о возможности их трансформации.

Самоидентификация, подвергается трансформации со стороны медиа. Данный процесс подразумевает изменение представлений о привычных формах коллективной идентификации – таких как гендер, пол, национальность и т.д., а также расширение или видоизменение привычных социальных моделей поведения, повседневных практик присущих той или иной форме самоидентификации. Подобная трансформация возможна в силу двух основных предпосылок: визуального поворота современной культуры и подверженности конструированию форм коллективной идентичности.

Визуальная культура к середине ХХ века становится доминирующей формой культуры, это утверждение основано на теориях “поворотов” сформулированных Ричардом Рорти и обоснованных Готфридом Бёмом и Томасом Митчеллом в виде “iconic turn” и “pictorial turn”. Визуальный поворот в культуре в свою порождает феномен медиа ставший основной формой массовых коммуникаций.

Таким образом, отталкиваясь от медиа исследований, визуального поворота и обратившись к разработкам Ник Коулдри и Андреас Хепп, занимавшихся ревизией социального конструкционизма Питера Бергера и Томаса Лукмана, мы приходим к ряду важных выводов, которые можно сформулировать исходя из воздействия медиа на самоидентификацию субъекта, а именно – транслирование частными технологическими компаниями определенной идеологии, картины мира; создание новых, отличных от традиционных, форм коллективной самоидентификации; трансформация повседневных практик под влиянием дигитальных форм коммуникации. Усилив данные тезисы в рамках предмета исследования, формулируется последовательность рассуждения, где медиа не помогает феноменологически принять и понять Другого, а скорее способствует неустойчивости одних форм самоидентификации и легитимирует иные, более маргинальные. Подобное воздействие отчетливо видно в процессе исследования рекламы, виртуальной реальность и new media.

Осуществление частными компаниями своей идеологической политики напрямую влияет на формирование тех образов и представлений о мире, которые в свою очередь потребляют потенциальные пользователи сети. И если реклама представляет из себя не только механизм репрезентации товаров, имплицитно навязывающий их приобретение, но и особого рода канал трансляции заранее сформированных моделей поведения, способный в рамках «вторичного дискурса» (М. Фуко) утверждать иные, отличные от традиционных формы самоидентификации, то в свою очередь виртуальная реальность является почвой для создания неопределённого количество образов личности, социальных ролей, способствуя не только репрезентации его персоны в киберпространстве, но и выстраивании новой самоидентификации.

Способность современных медиа воздействовать на психику человека, подверженность последней культурной конструируемости со стороны средств массовой коммуникации и социума в целом, говорит нам о том, что самоидентификация вполне может является свойством сознания отождествлять себя с различными формами коллективной идентичности. Таким образом можно утверждать, что в психике человека присутствует определенный, культурно детерминируемый набор подобных форм.

Обозначенные выводы и логика рассуждения в свою очередь подразумевают связь идеи структуры самоидентификаций и их энтропии с проблемой пересборки идентичности и вопроса о ее связи с т.н. «Я» субъекта. Структуры подобных самоидентификаций, в свете изложенных положений можно метафорически представить через образ пирамиды где на вершине мы можем наблюдать поздние культурные формы, а в основании наиболее ранние. Соответственно пересборка подобной структуры, со стороны культуры, относительно разных форм осуществляется по-разному.

На протяжении Нового времени сначала с наступлением Реформации, а затем с эпохой Просвещения традиционные идентичности, такие как этно-культурная, религиозная, социально-экономическая подвергаются активному изменению. Будучи исключенными, им на смену приходит искусственная, синкретическая идея национального государства и нации как новой формы коллективной идентификации. В свою очередь, культурная ситуация позднего модерна заставляет исчезать уже национальную самоидентификацию, пришедшую на смену традиционным.

Данная энтропия форм коллективной идентичности, в свою очередь является результатом философских и социально-идеологических положений либерализма, идеи субъекта и декартовского Я, которые в частности имплицитно предполагают освобождение и независимость индивида от всех форм коллективных идентификаций

Принцип пересборки данных форм основывается на той структурной, онтологической укорененности которая заложена в самоидентификации, ее биологической, или культурной детерминированности. Несмотря на возможность интерпретировать данные процессы как замену одних культурных практик, стратегий поведения, образов мира на иные, при обращении к современной социокультурной ситуации можно заметить как процесс исключения уже в свою очередь национальной идентичности не приводит к формированию какой то иной культурной политической самоидентификации.

Последовательная пересборка и энтропия, приводит к серьёзному кризису идентичностей, в которой современный человек может потерять не только свои онтологические (социальные и биологические) свойства. Современные медиа, ускоряют процессы нарушения границ идентичности, системные свойства пола, класса, этноса, религий, национальности активно прособираются.

Пересборка является механизмом энтропии коллективных идентичностей, как культурно-антропологических, так и природно-детерминированных самоидентификаций. Анализ этих структур показывает возможность их постепенного исключения. Последней формой в этой структуре остается идентичность ­– онтологическое основание субъекта.

Идентичность, выступает как неделимое основание структуры самоидентификаций. В этом смысле самотождественность «Я» становится последней и фундаментальной формой самоидентификации. Именно она остается после исключения всех форм самоидентификаций и ее пересборка невозможна в силу ее тесной связи с устойчивостью сознания и самого субъекта.

В отличие от остальных форм идентичность, детерминирующей силой которых являются биологические или социокультурные основания, идентичность, как фундаментальное свойство человеческого Я соответствовать самому себе, находит свое основание в рефлексии и темпоральности. Данные свойства идентичности не позволяют ему быть и пересобранным и одновременно сохранить устойчивое Я субъекта или сознание как таковое. Способность субъективной идентичности постоянно возвращаться к определённым ментальным состояниям, рефлексировать основания своей идентичности, а так же в своих потенциях быть направленной во времени предотвращает возможность процессам энтропии разрушить или пересобрать идентичность без потери целостности.

Данная работа, являясь попыткой сформулировать последовательное и непротиворечивое рассуждение о идентичности, к сожалению практически не оставила места для каких-либо этических или экзистенциальных выводов. Тогда как понятие идентичности, как ни что другое отвечает зато, что будет представлять из себя субъект в будущем. Самоидентификации представляют из себя определенного рода модели, которые регулируют огромную часть социальной жизни человека и постепенная потеря, с которой современное общество постепенно свыклось, может привести к совершенно разрушительным последствия для привычного нам образа человека. Именно человека. Что идет за ним является открытым вопросом.

## Список использованной литературы

1. Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис [Текст] / Э. Эриксон. – М. : Издательская группа «Прогресс», 1996. – 344 с

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич; Моск. филос. фонд. — М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. — 323 с.

Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983.

Марков Б. Философская антропология: очерки истории и теории – СПб. : Лань, 1997. – 384 с. С. 34

Абубикирова Н. Что такое гендер? / Общественные науки и современность. 1996. – 170 – С. 123-134.

Элиаде М. Мефистофель и андрогин. – Новосибирск : СамИздат, 2013. – 374 с. – С. 26.

Малиновский Б. Магия, наука и религия. Пер. с англ. — М. : Рефлбук, 1998. — 304 с. – С. 40

Мид М. Мужское и женское. — М. : Российская политическая энциклопедия, 2004. – 416 с. – С. 362.

Underhill R. Social Organization of the Papago Indians. — NewYork: Columbia University Press, 1938. – 280 с.

Willams W. The Spirit and the Flesh, Sexual Diversity in the American Indian Culture. – Boston : Beacon Press, 1986. – 368 p. – Р. 2-3.

Money J. Hermaphroditism: An Inquiry into the Nature of a Human Paradox. PhD diss., Harvard University, 1952. – 288 p.

Кон И. Пол и гендер. Заметки о терминах / Андрология и генитальная хирургия. – М. : — 2004. — № 1—2. — 31-35 с

Шакирова С. Пол женщины. — Алматы : Мальвина», 2000. – 180 с. – С. 13.

Бадентэр Э. Мужская сущность. – М. : Новости, 1995. – 304 с. – С. 60.

Рубин Г. Обмен женщинами: заметки по политэкономии пола / Антология гендерной теории. Сб. пер. / Сост. и комментарии Е.И. Гаповой и А.Р. Усмановой. — Минск : Пропилеи, 2000. – 416 с. – С. 110.

Уэст К., Зиммерман Д. Создание гендера / Гендерные тетради. – СПб. : 1997. — № 1. — 94 – 124 с. – С. 95.

Лабиринт «поворотов» №7-1, 01.12.2011 философские науки Инишев Илья Николаевич, кандидат наук, доцент Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики https://novainfo.ru/article/2377 (дата обращения: 2.02.2019).

Couldry N., Hepp A. (2016). e Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press.

Turkle S. (2015) Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age, London: Penguin

Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Праксис, 2005. — 256 с.

Foucault M. Power/Knowledge. N.Y., 1980.

Кравченко Е.И. Социологические мозаики Эрвина Гоффмана. Человек в мире людей: хореография общения // Социол. исслед. 1993. № 2.

Кон, И.С. Мужчина в меняющемся мире / И.С. Кон. – М. : Время, 2009. – 480 с.

Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. No 1. Январь.

Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. No 2. Февраль.

Turkle Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs // Kiesler S. (ed.) Culture of the Internet. — Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1997. — P. 143–155.

Илья Кирия: "Что лежит в основе трансформации медиа". 9 сентября, 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=14Ga4JVLmcI> (Дата обращения: 10.05.19)

Манович Л. Язык новых медиа. М.: Ад маргинем Пресс, 2018. — 400 с.

<http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html#sthash.Yii3z5Vb.dpuf> (Дата обращения: 07.05.19)

<http://lab.softwarestudies.com/2013/12/software-is-message-new-mini-article.html> (Дата обращения: 07.05.19)

Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ.; Под ред. О.И. Шкарутина. М.: ГУ ВШЭ, 2000

Гуссерль Э. Кризис европейского человечества и философия // Вопр. философии. 1986. № 3. С. 115.

Паин Э. Культура - это судьба// Дружба народов. 2008. № 2. С. 22-32.

Конт О. Дух позитивной философии. (Слово о положительном мышлении). Ростов н/Д : Феникс, 2003.

British Consciousness and Identity. The Making of Britain, 1533-1707 / ed. by B. Bradshaw and P. Roberts. Cambridge: CUP, 1998. 354 p.

Colley L. Britons Forging the Nation, 1707-1837. London: Pamilco, 2003. 429 p

Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М., Канон-пресс-Ц, 2001. 288 с

Можейко М. А. Модернизация концепции // Всемирная энциклопедия : Философия ХХ век / гл. ред. А. А. Грицанов. М. : АСТ ; Минск : Харвест, Современный литератор, 2002. С. 480.

Гудков Л. Д. Негативная идентичность. Статьи 1997— 2002. М. : Нов. лит. обозрение, 2004. С. 661.

Кравченко Н. Ю. Структурная характеристика европейской гражданской идентичности Нового времени // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2017. Т. 17, вып. 1. С. 15-17.

Кустарев А. Национал-государство, его наследники и наследие. [Электронный ресурс]. - URL: http: // www.archipelag.ru/ geo-economics/capital (дата обращения: 30.07.2012).

Социальные духовные и культурные аспекты модернизации <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-kulturnye-i-duhovnye-aspekty-modernizatsii-otechestvennyy-i-zarubezhnyy-opyt> (Дата обращения: 08.05.19)

Кедури Е. Национализм. 4-е изд. - СПб.: Алетейя, 2010.

Майлз Р., Браун М. Расизм. - М.: РОССПЭН, 2004.

Верещагина А.В., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. Ценностный кризис современного образования в исторической проекции и динамике модернизации его парадигмальных оснований в условиях вызовов информационной эпохи // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2016. № 2. С. 74-91

Самыгин С.И. Проблема образования в контексте национальной безопасности / В.Н. Нечипуренко // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. 2015. №2. С.136-139.

Скворцов Н.Г., Верещагина А.В., Самыгин С.И. «Русский мир» в социологическом дискурсе о цивилизационной безопасности и национальной идентичности в России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2016. № 6-7

Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. С. 184.

Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age. UK: Polity Press, 1991

Генезис понятия «идентичность» в гуманитарных науках 11 Ярославский педагогический вестник – 2012 – No 4 – Том II (Психолого-педагогические науки)

Баклушинский, С. А., Белинская, Е. П. Развитие представлений о понятии «социальная идентичность» [Текст] / С. А. Баклушинский, Е. П. Белинская // Социальная психология. Хрестоматия / сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. – М., 2000. – 475 с.

Эриксон, Э. Г. Молодой Лютер. Психоаналитическое историческое исследование [Текст] / Эрик Г. Эрик- сон ; пер. с англ. А. М. Каримского. – М. : Московский философский фонд «Медиум», 1996. – 560 с.

Эриксон, Э. Детство и общество [Текст] / Э. Эрик- сон. – СПб. : Лепато : ЛСТ, 1996. – 592 с.

Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис [Текст] / Э. Эриксон. – М. : Издательская группа «Прогресс», 1996. – 344 с.

Тельнова Н. А. Онтологические и гносеологические основания социальной идентичности. Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Филос. 2012. No 1 (16)

Локк, Дж. Опыт о человеческом разумении/Дж.Локк//Сочинения.В3т.Т.1.–М.:Мысль, 1985. – С. 387–388

Гидденс, Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах: пер.с англ. В.Анурин / Э. Гидденс. – СПб. : Изд. дом «Питер», 2004.-208 с.

Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age. UK: Polity Press, 1991

Люббе, Г. Историческая идентичность / Г. Люббе // Вопросы философии. – 1994. – No 4. – С. 108–113.

Абельс, Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию [Текст] / Х. Абельс ; пер. с нем. яз. под общ. ред. Н. А. Головина, В. В. Козловского. – СПб. : Алетейя, 2000. – 272 с.

Глосикова, О. Онтология сущности коэволюции социокультурной реальности и природы [Текст] : моно- графия / О. Глосикова ; научн. ред. В. И. Литвинец. – М. : УП «Технопринт», 2004. – 190 с.

Малахов, В. С. Неудобства с идентичностью [Текст] / В. С. Малахов // Вопросы философии. – 1998. – No 2. – С. 43–53.

Шакурова, М. В. Педагогическое сопровождение становления и развития социокультурной идентичности школьников [Текст] : дис. док. пед. наук / М. В. Шакурова. – М., 2007. – 361 с.

Элиас, Н. Общество индивидов [Текст] / Н. Элиас ; пер. с нем. – М. : Праксис, 2001. – 336 с.

Андреева, Г. М. Психология социального познания : учеб. пособие для студентов вузов / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 303 с.

Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.

Васильева, Е. Н. Влияние процесса институционализации на формирование экономических ценностей / Е. Н. Васильева // Вестник ВолГУ. Сер. 7, Философия. Социология и социальные технологии. – 2011. – No 2 (14).

Тельнова, Н. А. Становление самосознания человека как формы его субъективности / Н. А. Тельнова, Н. А. Калашникова // Вестник ВолГУ. Сер. 7, Философия. Социология и социальные технологии. – 2009. – No 1 (9).

Трубников, Н. Н. Время человеческого бытия / Н. Н. Трубников. – М. : Наука, 1987. – 256 с.

Декарт Р. Соч.: в 2 т. М., 1989. Т. I.

Луман Н. Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005. 276 с.

Луман Н. Общество как социальная система. М.: Логос, 2004. 232 с.

Луман Н. Эволюция. М.: Логос, 2005. 256 с.

Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. — М., 2003.

Киттлер, Ф. Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 г. / Ф. Киттлер. — М., 2009.

Бергер, П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман; пер. Е. Д. Руткевич. – М.: Медиум [и др.], 1995. – 323 с.

Гидденс, Э. Устроение общества: Очерк теории структурации / Э. Гидденс. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, 2005. – 528 с.

Дударева А. А. Рекламный образ: Мужчина и женщина. – М., 2003. – 222 с.

Фуко М. Археология знания. – Киев, 1996. – 208 с.

Томская М. В. Гендерные компоненты социального рекламного дискур- са // Гендер как интрига познания: Гендерные исследования в лингвисти- ке, литературоведении и теории коммуникации. Пилотный выпуск. – М., 2002.

Томская М. В., Маслова Л. Н. Гендерные исследования в отечественной лингвистике // Русский язык в современном обществе: функциональные и статусные характеристики: сб. обзоров. – М., 2006.

1. Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис [Текст] / Э. Эриксон. – М. : Издательская группа «Прогресс», 1996. – 344 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Там же С. 28–33, [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же С. 54–70, С. 222–226 [↑](#footnote-ref-3)
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич; Моск. филос. фонд. — М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. — 323 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983. С. 34 [↑](#footnote-ref-5)
6. Марков Б. Философская антропология: очерки истории и теории – СПб. : Лань, 1997. С. 199 [↑](#footnote-ref-6)
7. Абубикирова Н. Что такое гендер? / Общественные науки и современность. 1996. С. 123-134 [↑](#footnote-ref-7)
8. Элиаде М. Мефистофель и андрогин. – Новосибирск : СамИздат, 2013. С. 26 [↑](#footnote-ref-8)
9. Малиновский Б. Магия, наука и религия. Пер. с англ. — М. : Рефл-бук, 1998. С. 40 [↑](#footnote-ref-9)
10. Мид М. Мужское и женское. — М. : Российская политическая энциклопедия, 2004. С. 362 [↑](#footnote-ref-10)
11. Underhill R. Social Organization of the Papago Indians. — NewYork: Columbia University Press, 1938. – 280 с. [↑](#footnote-ref-11)
12. Willams W. The Spirit and the Flesh, Sexual Diversity in the American Indian Culture. – Boston : Beacon Press, 1986. С. 2-3 [↑](#footnote-ref-12)
13. Money J. Hermaphroditism: An Inquiry into the Nature of a Human Paradox. PhD diss., Harvard University, 1952. – 288 p. [↑](#footnote-ref-13)
14. Кон И. Пол и гендер. Заметки о терминах / Андрология и генитальная хирургия. – М. : — 2004. — № С. 31—35 [↑](#footnote-ref-14)
15. Шакирова С. Пол женщины. — Алматы : Мальвина», 2000. С. 13 [↑](#footnote-ref-15)
16. Бадентэр Э. Мужская сущность. – М. : Новости, 1995. С. 60 [↑](#footnote-ref-16)
17. Рубин Г. Обмен женщинами: заметки по политэкономии пола / Антология гендерной теории. Сб. пер. / Сост. и комментарии Е.И. Гаповой и А.Р. Усмановой. — Минск : Пропилеи, 2000. С. 110 [↑](#footnote-ref-17)
18. Уэст К., Зиммерман Д. Создание гендера / Гендерные тетради. – СПб. : 1997. — № 1. — 94 – 124 с. [↑](#footnote-ref-18)
19. Лабиринт «поворотов» №7-1, 01.12.2011 философские науки Инишев Илья Николаевич, кандидат наук, доцент Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики <https://novainfo.ru/article/2377> (дата обращения: 2.02.2019). [↑](#footnote-ref-19)
20. Бергер П., Лукман Т. (1995). Социальное конструирование реальности / Пер. с англ. Е. Руткевич. М.: Медиум. С. 243 [↑](#footnote-ref-20)
21. Бергер П., Лукман Т. (1995). Социальное конструирование реальности / Пер. с англ. Е. Руткевич. М.: Медиум С. 158 [↑](#footnote-ref-21)
22. Там же С. 165 [↑](#footnote-ref-22)
23. Couldry N., Hepp A. (2016). e Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press. P. 32 [↑](#footnote-ref-23)
24. Там же P. 38-52 [↑](#footnote-ref-24)
25. Couldry N., Hepp A. (2016). e Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press. P. 84 [↑](#footnote-ref-25)
26. Turkle S. (2015) Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age, London: Penguin. P. 99 [↑](#footnote-ref-26)
27. Couldry N., Hepp A. (2016). e Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press. P. 155 [↑](#footnote-ref-27)
28. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Праксис, 2005. — 256 с. С. 189 [↑](#footnote-ref-28)
29. Там же С. 177 [↑](#footnote-ref-29)
30. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с. С.12 [↑](#footnote-ref-30)
31. Foucault M. Power/Knowledge. N.Y., 1980. P. 43 [↑](#footnote-ref-31)
32. Кравченко Е.И. Социологические мозаики Эрвина Гоффмана. Человек в мире людей: хореография общения // Социол. исслед. 1993. № 2. С. 112– 131 [↑](#footnote-ref-32)
33. Кон, И.С. Мужчина в меняющемся мире / И.С. Кон. – М. : Время, 2009. – 480 С. 440 [↑](#footnote-ref-33)
34. Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. No 1. Январь. [↑](#footnote-ref-34)
35. Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. No 2. Февраль. [↑](#footnote-ref-35)
36. Там же. No 2. Февраль. [↑](#footnote-ref-36)
37. 13. Turkle Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs // Kiesler S. (ed.) Culture of the Internet. — Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1997. — P. 143–155. [↑](#footnote-ref-37)
38. Илья Кирия: "Что лежит в основе трансформации медиа". 9 сентября, 2016 <https://www.youtube.com/watch?v=14Ga4JVLmcI> (дата обращения: 10.05.2019) [↑](#footnote-ref-38)
39. Манович Л. Язык новых медиа. М.: Ад маргинем Пресс, 2018. — 400 с. [↑](#footnote-ref-39)
40. Transmedia 202: Further Reflections (дата обращения: 07.05.2019)

    <http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html#sthash.Yii3z5Vb.dpuf> [↑](#footnote-ref-40)
41. <http://lab.softwarestudies.com/2013/12/software-is-message-new-mini-article.html> (дата обращения: 07.05.2019) [↑](#footnote-ref-41)
42. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ.; Под ред. О.И. Шкарутина. М.: ГУ ВШЭ, 2000 [↑](#footnote-ref-42)
43. Гуссерль Э. Кризис европейского человечества и философия // Вопр. философии. 1986. № 3. С. 115. [↑](#footnote-ref-43)
44. Паин Э. Культура - это судьба// Дружба народов. 2008. № 2. С. 22-32. [↑](#footnote-ref-44)
45. Конт О. Дух позитивной философии. (Слово о положительном мышлении). Ростов н/Д : Феникс, 2003. [↑](#footnote-ref-45)
46. [↑](#footnote-ref-46)
47. British Consciousness and Identity. The Making of Britain, 1533-1707 / ed. by B. Bradshaw and P. Roberts. Cambridge: CUP, 1998. 354 p – P. 1-8 [↑](#footnote-ref-47)
48. Colley L. Britons Forging the Nation, 1707-1837. London: Pamilco, 2003. 429 p. – P. 20-23 [↑](#footnote-ref-48)
49. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М., Канон-пресс-Ц, 2001. 288 с. С. 30. [↑](#footnote-ref-49)
50. Можейко М. А. Модернизация концепции // Всемирная энциклопедия : Философия ХХ век / гл. ред. А. А. Грицанов. М. : АСТ ; Минск : Харвест, Современный литератор, 2002. С. 480. [↑](#footnote-ref-50)
51. Гудков Л. Д. Негативная идентичность. Статьи 1997— 2002. М. : Нов. лит. обозрение, 2004. С. 661. [↑](#footnote-ref-51)
52. Кравченко Н. Ю. Структурная характеристика европейской гражданской идентичности Нового времени // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2017. Т. 17, вып. 1. С. 15-17. [↑](#footnote-ref-52)
53. Кустарев А. Национал-государство, его наследники и наследие. [Электронный ресурс]. - URL: http: // www.archipelag.ru/ geo-economics/capital (дата обращения: 30.07.2012). [↑](#footnote-ref-53)
54. Социальные, культурные и духовные аспекты модернизации <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-kulturnye-i-duhovnye-aspekty-modernizatsii-otechestvennyy-i-zarubezhnyy-opyt> (дата обращения: 08.05.2019) [↑](#footnote-ref-54)
55. Кедури Е. Национализм. 4-е изд. - СПб.: Алетейя, 2010. С. 1-3. [↑](#footnote-ref-55)
56. Майлз Р., Браун М. Расизм. - М.: РОССПЭН, 2004. С. 182 [↑](#footnote-ref-56)
57. Верещагина А.В., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. Ценностный кризис современного образования в исторической проекции и динамике модернизации его парадигмальных оснований в условиях вызовов информационной эпохи // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2016. № 2. С. 74-91 [↑](#footnote-ref-57)
58. Самыгин С.И. Проблема образования в контексте национальной безопасности / В.Н. Нечипуренко // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. 2015. №2. С.136-139. [↑](#footnote-ref-58)
59. Скворцов Н.Г., Верещагина А.В., Самыгин С.И. «Русский мир» в социологическом дискурсе о цивилизационной безопасности и национальной идентичности в России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2016. № 6-7 [↑](#footnote-ref-59)
60. Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. С. 184. [↑](#footnote-ref-60)
61. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age. UK: Polity Press, 1991 [↑](#footnote-ref-61)
62. Генезис понятия «идентичность» в гуманитарных науках 11 Ярославский педагогический вестник – 2012 – No 4 – Том II (Психолого-педагогические науки) [↑](#footnote-ref-62)
63. Баклушинский, С. А., Белинская, Е. П. Развитие представлений о понятии «социальная идентичность» [Текст] / С. А. Баклушинский, Е. П. Белинская // Соци- альная психология. Хрестоматия / сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. – М., 2000. – 475 с. [↑](#footnote-ref-63)
64. Эриксон, Э. Г. Молодой Лютер. Психоаналитическое историческое исследование [Текст] / Эрик Г. Эрик- сон ; пер. с англ. А. М. Каримского. – М. : Московский философский фонд «Медиум», 1996. – 560 с. [↑](#footnote-ref-64)
65. Эриксон, Э. Детство и общество [Текст] / Э. Эрик- сон. – СПб. : Лепато : ЛСТ, 1996. – 592 с. [↑](#footnote-ref-65)
66. Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис [Текст] / Э. Эриксон. – М. : Издательская группа «Про- гресс», 1996. – 344 с. [↑](#footnote-ref-66)
67. Тельнова Н. А. Онтологические и гносеологические основания социальной идентичности. Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Филос. 2012. No 1 (16) [↑](#footnote-ref-67)
68. Локк, Дж. Опыт о человеческом разумении/Дж. Локк//Сочинения.В3т.Т.1.–М.:Мысль, 1985. – С. 387–388 [↑](#footnote-ref-68)
69. Гидденс, Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах: пер.с англ. В.Анурин / Э. Гидденс. – СПб. : Изд. дом «Питер», 2004.- 208 с. [↑](#footnote-ref-69)
70. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age. UK: Polity Press, 1991 [↑](#footnote-ref-70)
71. Люббе, Г. Историческая идентичность / Г. Люббе // Вопросы философии. – 1994. – No 4. – С. 108–113. [↑](#footnote-ref-71)