

ТЕХНОЛОГИИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСТРУИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Л. Е. Медиченко

старший преподаватель БрОИРО

В. Н. Седюк

*преподаватель филиала УО «БрГТУ», Политехнический колледж
Беларусь, г. Брест*

Аннотация. В современном глобализированном культурном пространстве обретение национальной (локальной) идентичности даёт возможность индивиду создавать себя в соответствии со своим духовным выбором, исходя из многообразия существующих тенденций, открывающихся ему. То есть национальная идентичность – это конструкт, который должен направленно формироваться и поддерживаться с учётом потребностей социума, ориентируясь на специфику национального типа культуры. Рассматривается роль технологии массовой культуры в конструировании национальной идентичности.

Ключевые слова: массовая культура; идентичность; национальный тип культуры.

Глобализационные процессы, определяющие характер, направления и закономерности изменений социокультурного процесса увеличивают значимость массовой культуры как канала трансляции социально-значимой информации, активно влияющего на духовный выбор человека.

Новые взгляды на сущность и значение массовой культуры, преодолевающие критическую направленность теорий массового общества, активно разрабатывались в первой половине XX века Д. Беллом, М. Маклюэном, Э. Тоффлером, Ю. Хабермасом. Исследователи описывали социальные преобразования, вызванные прежде всего урбанизацией, развитием СМИ, всеобщим образованием, трактовали массовую культуру как явление прогрессивное, как стиль жизни современного, более однородного общества, которое с целью преодоления социальных антагонизмов интегрирует массы в систему социальных институтов. Тем самым проводилась мысль, что массовое общество становится новой формой расширяющегося гражданского общества. Провозглашалась просветительская роль массовой культуры – в результате смысловой адаптации присущие элите ценности становятся доступными широким слоям населения, что оказывает благотворное влияние на развитие социума, предоставляя условия для совершенствования личности.

Современные исследователи на постсоветском пространстве (В. И. Ионесов, А. В. Костина, А. В. Пронькина, А. Я. Флиер) подчёркивают, что объективные процессы социальной модернизации увеличивают значимость массовой культуры в качестве инструмента формирования основополагающих ценностей, традиций. Поэтому основы ценностных установок и идеологически ориентированных представлений, официально пропагандируемых в обществе, могут внедряться в сознание молодёжи с использованием функциональных возможностей массовой культуры, но для этого необходима идейная трансформация продукции массовой культуры через наполнение содержания возвышенными идеями, социально значимыми сюжетами и эстетически совершенными образами [1].

Сегодня технологии массовой культуры, к которой мы относим национальные (общегосударственные) СМИ, кино, эстраду, Байнет, активно используются в решении проблемы национальной идентичности. Расширению спектра функционального использования массовой культуры способствует отсутствие актуальных форм самоидентификации. Традиционные формы идентификации, такие как идентичность места (самоотождествление человека с малой родиной, с местом проживания), осознание общности культуры, истории, языка с определённой группой людей, ощущение уникальности общей системы символов и исторических героев, проявление сходной реакции на социальные процессы дополняются новыми качествами: множественностью, незаконченностью, подвижностью, гибкостью [2]. В современном глобализированном культурном пространстве обретение национальной (локальной) идентичности даёт возможность индивиду создавать себя в соответствии со своим духовным выбором, исходя из многообразия существующих тенденций, открывающихся ему. То есть национальная идентичность – это конструкт, который должен направленно формироваться и поддерживаться с учётом потребностей социума, ориентируясь на специфику национального типа культуры.

Массовая культура, предлагая множество моделей адаптации, с высокой степенью гибкости активизирует культурные практики, направленные на формирование специфической модели адаптации индивида к социокультурной действительности, берёт на себя роль инструмента социализации индивида. В отличие от системы образования, основная задача которого способствовать освоению индивидом на основе культурного кода традиционных (этно-национальных) форм идентичности, технологии массовой культуры обладают возможностью не только воспроизводства устоявшихся форм идентичности, но и возможностью их дополнения новыми качествами: маневренностью и пластичностью.

Так, в 1990-е годы использование возможностей массовой культуры способствовало преодолению травмоперехода от ностальгии по советскому прошлому к осознанию национальной гордости с опорой на историческое прошлое и героическое настоящее. Ведущей стала тема памяти о Великой Отечественной войне. Проекты на каналах белорусского телевидения: «Площадь Победы», «Родина Победы – СССР», «Салют Победы», «Дороги и песни далекой войны», «Символы Победы», «Живи и помни!», «Бессмертный полк» и др. наглядно продемонстрировали, как оформлялись новые социальные представления, как осуществлялась стратегия для утверждения новой базы ценностей и смыслов идентификации личности. Сегодня тематика Великой Отечественной войны отражена в молодёжных проектах «Цветы Великой Победы», «Письмо герою войны», «Родные лица Победы» и др.

Неоспоримым фактом, определяющим духовный выбор молодого человека, стала в 2020 году всебелорусская акция «Народная летопись Великой Отечественной войны: вспомним всех!», где лейтмотивом актуализации исторической памяти о войне звучало: «Это не должно повториться никогда!».

Определению духовного выбора молодёжи способствует новая литература о Великой отечественной войне. Дело ушедших из жизни талантливых писателей-фронтовиков продолжают произведения: роман Николая Чергинца «Операция «Кровь» (2013); «7 битв II мировой войны» Виктора Ляхора и Андрея Данилова (2010); «Побег из детства» Изяслава Котлярова (2020); «Сыны Отечества. Петр Машеров и Сидор Ковпак» Андрея Герашенко (2013) и др., в которых подчёркивается, что историческая память о войне – это память об истории страны, память о наших предках – это и есть основной фактор сплочённости общества, фактор сохранения и воспроизводства духовных ценностей национального типа культуры Беларуси, среди которых основополагающей является идея патриотизма.

Телевизионные проекты: «За Беларусь!», «БССР. Неизвестная история»; «Песня года Беларуси» и др. способствовали конструированию системы национально-различительных символов, создающих репрезентативный образ национального типа культуры Беларуси.

В формировании национальной гордости, оформлении новых социальных представлений, помогающих адресату определиться с принадлежностью к национальному типу культуры Беларуси, неоспорима роль национального кинематографа («Я, Франциск Скорина» (1968), «Седая легенда» (1990), «Анастасия Слуцкая» (2003), «Авантюры Прантиша Вырвича» (2019) и др.). Национальный кинематограф помогает воспринимать мир как упорядоченную и структурированную целевым образом информацию, направленную на стимулирование национальной идентичности; способствует конструированию национальной системы символов и культурных признаков. В 2019 году национальная киностудия «Беларусьфильм» представила приключенческий исторический фильм «Авантюры Прантиша Вырвича». Главной особенностью фильма стала новая подача исторического материала, опровергающая привычные социальные мифы и советские каноны показа белорусской «старажытнасці» как забитого края болот с угрюмыми мужиками.

Огромное значение в селекции исторического наследия, способствующего определению духовного выбора молодого человека, сыграл Байнет: «Белорусы, которыми восхищается весь мир», «Известные исторические личности Беларуси», «Знаменитые просветители Беларуси», «Белорусские корни знаменитых людей»; «Знай наших: знаменитые выходцы из Беларуси»; «Все свои: таки самые известные евреи» и др. Это позволяет предположить, что формы и средства массовой культуры являются инструментарием решения проблемы национальной идентичности.

Ностальгический компонент постепенно стал уступать место осознанию национальной гордости с опорой на историческое прошлое и героическое настоящее, где большое внимание уделяется созданию типичного привлекательного образа современного белоруса, нации и государства. Белорусские конструкции массовой культуры в процессе переосмысления исторического наследия способствовали приданию нового смысла устоявшимся традициям, адаптировали заимствования элементов извне, приспособливая их к ценностям национального

типа культуры Беларуси. Национальный компонент, подчёркивающий специфику и колорит национальной культуры, что стимулирует патриотические чувства белорусов, усилен в социальной рекламе («Мы – беларусы!», «За Беларусь!») и рекламе коммерческой (например, реклама продуктов питания под брендами «Брест-Литовск», «Белорусская традиция», «Лидское» («Создаем историю»)).

Создание и исполнение песен, пробуждающих чувство гордости за свою землю: «Беларусь – моя песня!» (К. Слука), «Сердце земли моей» (И. Дорофеева, Р. Алехно), «Куточак Беларусі» (А. Ланская); «За Беларусь!» (В. Алешко) и др. утверждают новую базу ценностей и смыслов консолидации нации, определяя идентификационный выбор индивида.

Белорусские конструкции массовой культуры ориентированы на удовлетворение потребности индивида воспринимать мир как упорядоченную и структурированную целевым образом информацию, объективирующую в сознании определённую социокультурную реальность, формирующую общность представлений членов группы о маркерах, определяющих процессы самоидентификации, что позволяет рассматривать их как инструмент идентификационного выбора человека. Применяемые технологии массовой культуры укрепляют основы идеологически ориентированных ценностных установок и представлений, официально пропагандируемых в национальном типе культуры Беларуси. Внедряемые в сознание с использованием функциональных возможностей массовой культуры, они способствуют: формированию чувства разделённого наследия, общности истории, уважения к традициям; содействуют усвоению ценностей национального типа культуры Беларуси, что увеличивает значимость массовой культуры как инструмента, формирующего духовный выбор личности.

Список источников и литературы:

1. Флиер, А. Я. Социальные основы массовой культуры. Культурология для культурологов / А. Я. Флиер. – М., 2000. – С. 370–391.

2. Сурова, Е. Э. Идентификационный принцип в культуре / Е. Э. Сурова. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identifikatsionnyy-printsip-v-kulture> (дата обращения: 14.09.2024).