

Секция «Современные исследования популярной культуры»

**Перформативность идентичности в пространстве культуры**

**кино-виртуальности/реальности**

**Якубина Валентина Леонидовна**

*Кандидат наук*

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Философский факультет,

Киев, Украина

*E-mail: fatamorgana@meta.ua*

Сообщение о себе в Сети является самопрезентацией Себя в отношении Других, - некой личностной самоидентификацией. Конечно, каждое сообщение интерпретируется и обладает многими смыслами. Так и пользователь наделяется возможностью многих идентификаций. Один пользователь может быть творцом многих сообщений и, естественно, обладателем многих «масок» в «карнавальном гипертексте» [3, 92-101]. Итак, «лицо на экране» - порой реальнее «лиц по ту сторону экрана», хотя именно эта масса зрителей и «актуализаторов» действительности перманентно создает некий общий симулятивный габитус - постоянно новую и обновляющуюся сферу свободной социальной самоидентификации через общности [4, 66-69].

Таким образом, в условиях «реальной виртуальности» повседневность приобретает множество оттенков, а не единый фон-эрзац. Для более детальных пояснений подобного эффекта обратимся, например, к Ж.Делёзу: «Возможность симулировать То же Самое и Подобное вовсе не означает, что они суть видимости или иллюзии. Симуляция обозначает силу, способную производить эффект. Однако, это следует понимать не только в каузальном смысле, поскольку без введения каких-то иных значений каузальность остается совершенно гипотетическим и неопределенным понятием. Скорее, эффект следует понимать в смысле «знака», возникающего в процессе сигнализации, или в смысле «костюма», точнее, маски, олицетворяющей сам процесс лицедейства, когда за каждой маской обнаруживается еще одна...» [Делёз, 1998, с. 342]. Таким образом, возникает соблазн... соблазн постоянной смены масок.

По моему мнению, самой яркой общей симуляцией идентификаций сегодня является, конечно, - кино, которое, как жанр развлекательного искусства, вовсе не утратило своих позиций с появлением информационно-коммуникативных технологий, а стало лишь популярнее и доступнее представителям разных социальных слоев и культур. Интернет и социальные сети явно увеличили тягу к аудиовизуальному контенту, благодаря общедоступности в любое время суток, вне зависимости от географического местоположения, об этом много рассказано, например, в многосерийном проекте о кино «Одиссея» режиссера М.Казинса: *"The Story of Film: An Odyssey" 1895-2046 years (directed by Mark Cousins, Hopscotch Films, U.K., 2011)*. Возможно, не сразу ясна связь кино и конструирования социальной идентификации, но эта связь настолько явная, что порой ее приходится даже утаивать. О связи между кино и идеологией в 2013 г. вышел кино-проект С.Жижека «Киногид извращенца: Идеология» *"The Pervert's Guide to Ideology" documentary scripted and presented by Slavoj Žižek (directed by Sophie Fiennes, Mischief Films/Lone Star/Amoeba Film, U.K., Ireland, 2013)*, который также описывает влияние кино на социальную самоидентификацию индивида в обществе, его культурные нарративы и соотношения новой идентичности с популярной, массовой культурой.

Итак, стойкая идентичность уже не необходимость, она сама собой «растворяется», а взамен нами конструируется «мягкая гиперреальная идентичность» (т.е. сеть идентификаций). Идентификации в социуме конструируются нами через игру (мы здесь понимаем

игру именно в смысле Г.-Г.Гадамера - как процессуальную самопрезентацию бытия и свободы) [опираясь на: 3; 4; 5]. Гиперреальная идентичность всегда «медиа́льная»: она «*между*» акторами и общностями. Это открытая «карнавальная игра» в среде символов и кодов через интерактивные стратегии - «*само-конструирование/де-конструирование/саморе-конструирование*» (М.Бланшо, Ж.Деррида, Ж.-Л.Нанси). Например, 29 июня 2014 г. - был организован флешмоб: «Молодь за єдину Україну/Молодежь за единую Украину» (он уже занесен в Книгу Рекордов Украины). В этом мобе одновременно приняло участие 1200 человек, имитирующие форму желто-синей географической карты всей страны (масштабом 25 на 35 метров), показав, таким образом, символическое единство и неделимость территории суверенной Украины. Итак, благодаря визуальному фото-кино-тексту, символически конструировалась общая симулятивная идентификация кратковременной социальной группы «моберов», символизирующая долговременную социальную самоидентификацию каждого, кто относит себя к украинцам со всем народом Украины. Моб был выложен в сеть [видео - 6]. Таким образом, сущность Интернета создается и формируется самими пользователями, в каждый момент их непосредственного присутствия/актуализации в гипертекстуальном реально/виртуальном пространстве. Потому-то Р.Дэбре и утверждает, что мы никуда не можем деться от медиатехнологий сегодня, именно через их призму, *медиаологически*, должны рассматривать все социально-культурные процессы [детальнее см.: 1; 7].

Итак, нынешняя ситуация вокруг идентичности и идентификаций тесно связана с процессами, которые происходят вокруг нас [5]. В социальной теории акцент от индивида с его самостью быстро смещается в сферу общностей и их агентностей. Недаром же, «внешне престижно» организовывать «сети взаимодействий» на *Facebook*-е - а это не просто показатель «*френд*ов», но и верный способ идентификации, «перепроверки персональных координат».

### Источники и литература

- 1) Дебрэ Р. Введение в медиаологию. М., Праксис, 2010.
- 2) Делёз Ж. Логика смысла: Пер. с фр.- Фуко М. *Theatrum philosophicum*: Пер. с фр.- М.: "Раритет Екатеринбург: "Деловая книга 1998.
- 3) Якубіна В.Л. Функціонування медіазалежних стратегій симулятивних спільностей на перехрестях «реальності» із «віртуальністю» // Гуманітарні студії. Зб. наук. праць – К.: КНУ ім. Тараса Шевченка – К. : 2014. – № 22. – С. 92-101.
- 4) Якубіна В.Л. Актуальні ситуації із ідентичністю та ідентифікаціями: медіологічна концептуалізація реєстрів // „Філософські проблеми гуманітарних наук”, КНУ ім. Тараса Шевченка. К., 2012 Вип. 21. – С. 66-69.
- 5) Castells M. *Information Age: Economy, Society and Culture* : trilogy. Blackwell Publishing Ltd, 2004. V. 2. – *The Power of Identity*-2nd ed. p. см. 2004.
- 6) Флешмоб «Молодь за єдину Україну», 29.06.2014. – Київ, Україна; видео: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/25439373.html>
- 7) Якубіна В.Л. В автофокусе «об'єктива медіології» гіперреалізм ідентичностей/ідентифікацій: [http://rso.su/archive/Lomonosov\\_2013/2324/9644\\_3931.pdf](http://rso.su/archive/Lomonosov_2013/2324/9644_3931.pdf)