

УДК 008

DOI: 10.17223/22220836/32/22

**В.Г. Водопьян, К.В. Хамаганова**

## **ВИЗУАЛЬНЫЕ КОДЫ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

*В статье рассматриваются особенности формирования культурной идентичности в современных условиях, исследуются исторические предпосылки осмысления понятий «идентичность» и «культурный код» в зарубежной и российской науке. Авторы выявляют некоторые аспекты формирования культурной идентичности и особенности влияния визуальных медийных кодов на формирование новой идентификационной модели.*

**Ключевые слова:** культурная идентичность, культурный код, визуальные коммуникации, идентификационная модель, медиaprостранство.

### **Вводная часть**

В статье мы обращаемся к популярному и до сих пор дискуссионному феномену культурной идентичности, который, как мы уверены, претерпевает существенные трансформации под влиянием современной информационной культуры, в частности визуальных медиа. Культурная идентичность рассматривается нами как перманентный процесс, в котором, с одной стороны, формируются личностные культурные концепты, а с другой – этот процесс является своего рода итогом становления новой идентификационной модели, основанной на влиянии визуальных медийных кодов.

### **Концепт идентичности: от психологии к культурологии**

Человек, будучи существом биосоциальным по своей природе, испытывает потребность в изучении окружающего мира и коммуникаций в обществе, которое происходит путем самоотождествления себя с целями, идеями и взглядами, принятыми в окружающих его группах и культурах. С точки зрения гуманитарных наук, этот процесс самоотождествления и обозначается термином «идентичность». Так, Э. Эриксон, характеризуя понятие идентичности, отмечал, что она выступает фундаментом любой личности и показателем ее психосоциального благополучия. При этом автор актуализирует идентичность через тождественность: как осознание личностью своей автономной индивидуальности, как личностную идентичность (тождество личных и социально принятых мировоззренческих установок) и включенность личности в некоторую общность [1].

Психологический аспект идентичности предложен Е. Якимовой, которая определяет идентичность как «психологическое представление человека о своём Я...» [2. С. 239].

С точки зрения философии, «идентичность – это не свойство (нечто присущее индивиду изначально), но отношение. И в строгом смысле слова идентичность может быть атрибутирована только индивидами, поскольку только

индивиды обладают качеством субъектности и соответственно способны относить или не относить к себе определенные значения» [3. С. 77]. Продолжает данную мысль О.Н. Павлова: «...идентичность – относительно устойчивая и в большей или меньшей степени осознанная система представлений индивида о самом себе, на основании которой он отличает себя от внешнего мира и других людей» [4. С. 3].

В современной культурологии широко используется понятие культурной идентичности, что связано с необходимостью упорядочения человеком своей жизнедеятельности, особенно важного в условиях сосуществования с другими людьми. Для этого человек должен добровольно принять господствующие в данном сообществе элементы сознания, вкусы, привычки, нормы, ценности и иные средства взаимосвязи, принятые окружающими его людьми. **Культурная идентичность, таким образом,** формирует ценностное отношение человека к самому себе, другим людям, обществу и миру в целом, а также предопределяет формирование у индивида устойчивых качеств, благодаря которым формируются его бинарное мышление, система оценочных суждений, возможность выбора ценностных ориентиров, что выступает основанием для построения собственной коммуникативной модели. Следовательно, «сущность культурной идентичности заключается в осознанном принятии индивидом соответствующих культурных норм и образцов поведения, ценностных ориентаций и языка, понимании своего Я с позиций тех культурных характеристик, которые приняты в данном обществе, самоотождествлении себя с культурными образцами данного общества» [5. С. 57].

Собственно культурологический аспект идентичности раскрывается через осмысление «культурной идентификации как самоощущения человека внутри конкретной культуры» [6. С. 72]. Такое определение очень близко понятию «этничность», означающему комплекс чувств от осознания собственной принадлежности или «индивидуальное соотнесение личности с культурно-отличительной общностью» [7. С. 214]. Отождествление индивида с этносом, к которому он принадлежит, а также выработка культурного осознания на основе общих исторических символов, принятых в среде обитания, является этнической культурной идентичностью. При этом происходит отождествление себя относительно других этнических групп [8]. Вследствие возникновения сложностей в самоидентификации по социокультурным признакам и распространению межкультурной коммуникации, индивид ищет способы и механизмы распознавания неких культурных знаков и символов, дающих ощущение принадлежности к группе, стабильности и безопасности. Продолжая рассуждения, отметим, что здесь мы уже имеем дело с выявлением, описанием и систематизацией культурных форм, выступающих важнейшим механизмом транслирования культуры посредством определенных знаков и правил. Под последними мы понимаем тот культурный код, который формирует культурную идентичность.

### Культурный код

Культурный код представляет собой традиционный устойчивый способ передачи знаний о мире, а также навыков и умений в данной культурной эпохе.

С.А. Халеева дает определение культурного кода: «Код – это модель, четкие правила и устоявшиеся принципы для формирования информацион-

ного ряда, т.е. последовательности конкретных сообщений. Все коды могут быть сопоставлены между собой на базе общего кода – более простого и всеобъемлющего. Сообщение, культурный текст может открываться разным прочтением в зависимости от используемого кода. Код позволяет проникнуть на смысловой уровень культуры, и без знания кода культурный текст окажется закрытым, не понятным, не воспринятым» [9. С. 79].

Индивид воспринимает не систему значений, а только систему знаков. Для функционирования культурному коду необходимы такие качества, как универсальность, открытость к изменениям, самодостаточность для производства, передачи и сохранения.

В соответствии с классификацией глобальных типов культуры М. Маклюэна авторы Г. Аванесова, И. Купцова, В. Красных выделяют: коды дописьменных культур; коды письменных культур; коды экранных культур [10–12].

Дописьменная (традиционная) культура, берущая свое начало в ранне-первобытную эпоху (1 000 000–40 000 лет назад), основывалась на необходимости сопряжения предметного мира и природы. Складывался мифологический культурный код. Развиваясь и видоизменяясь, он сохранял связи с предыдущими «версиями», обеспечивая культурную самодостаточность.

На смену дописьменной культуре на рубеже IV–III тысячелетий до н. э. пришла письменная (книжная) культура, существующая по настоящее время и развивающаяся в соответствии с потребностями представителей локальных культур. Знания передаются на основе визуальных средств коммуникации, имеют ясную форму своего выражения, а значит, главным органом становится зрение.

Развитие информационных технологий к середине XX в. формирует коды экранной культуры, меняя основные компоненты воздействия культурного кода. Формируется информационно-знаковая концепция культуры, для которой характерна и новая идентификационная модель, основанная на сращивании логического и образного, синтезе понятийного и наглядного, актуализации «интеллектуальной образности» и чувственного моделирования.

Вышеперечисленные культурные коды можно сопоставить с историко-культурным процессом развития, описанным М.С. Каганом. Так, первая фаза обусловлена переходом от первобытной культуры к культуре традиционной, патриархальной, что определяет появление кодов дописьменных и письменных культур. Вторая фаза соответствует переходу от культуры традиционной к культуре креативной. Третья фаза – переломная и глубоко кризисная – эпоха постмодернизма. Здесь, очевидно, уместно говорить о формировании экранного кода культуры, когда реализация знаков в новом культурном формате значительно расширяет область культурного воздействия на трансформацию социума. «С середины XX века цивилизация переходит к стадии антропоцентризма, концентрируя свои силы и возможности на реальном человеческом существовании» [13. С. 8–9].

Если рассматривать культурный код как совокупность знаков и систему определенных правил, то возникает вопрос о необходимости его применения. И здесь мы имеем дело с проблемой перехода от мира сигналов к миру смысла. Культурный код – это то, что позволяет дешифровать преобразованные значения в смысл. Особенно актуально декодирование в процессе расшифровки визуальных сигналов, поступающих из масс-медиа.

Современная визуальная среда выступает одновременно актуальной информационной площадкой и инструментом моделирующей коммуникации. Основой кода визуальных медиа выступает потребность трансляции определенной информации в режиме «реального присутствия», что обеспечивается изобразительными возможностями коммуникации (особенно посредством ТВ и Интернет). Характерной чертой визуальных кодов выступает и их способность конструировать социальное пространство посредством репрезентации различных точек зрения и культурных моделей. Универсальность и открытость визуальных кодов проявляются в отсутствие четких границ их контента, временных периодов, социокультурных моделей, условий конструирования и трансляции.

### **Визуальные коды масс-медиа и идентичность**

Важнейшим инструментом ориентации в пространстве является визуальное восприятие окружающей среды и объектов. Визуальная коммуникация осуществила активную экспансию в различные сферы человеческой деятельности, определив появление новой идентификационной модели. Ее характерные черты связаны с важностью визуального восприятия в процессе коммуникации. Одной из основных причин формирования нового идентификационного кода стала информационная перенасыщенность. При этом зрительно воспринимаемые образы должны быть максимально простыми и наглядными, т.е. максимально «визуальными», что позволит аудитории быстрее декодировать и усваивать получаемую информацию.

Технологический прогресс ускорил процесс получения и анализа информации, а также за счет технических устройств расширил сферу восприятия визуальной информации, существенно увеличив количество искусственно созданных визуальных сигналов появлением виртуального пространства. Визуализация контента создает для индивида эффект вовлеченности, тотальной видимости происходящего, а также дает возможность трансляции и контроля информации. Это, в свою очередь, способствует формированию новой идентификационной культурной модели, при которой получаемая информация подвергается эмоциональной и ценностной интерпретации, основанной на восприятии индивидом самого себя. Другими словами, происходит трактование образов «в плане их существования, т.е. с точки зрения действия или способа бытия, который уже связан с ними в мире. С этой же точки зрения мы понимаем и себя, только в отношении нашего участия с другими и в контексте общих смыслов социального мира» [14. С. 115]. Следовательно, выводы, получаемые в процессе обработки, напрямую связаны с самоидентификацией индивида. «Видимость идентичности как фактор современной социокультурной ситуации чрезвычайно важна в понимании сути современных визуальных коммуникаций. Визуальные коммуникации (в рациональном смысле) есть как раз то, что происходит между разными идентичностями, что посредством языка визуальных образов позволяет различным субъектам вести такой содержательный диалог, результатом которого становится осмысленное отстраивание субъектов друг от друга, т.е. прочерчивание границ собственной идентичности и их последующая коррекция» [15. С. 69].

Процесс самоидентификации обладает высокой степенью динамичности, оставляя индивиду полную свободу выбора вариантов самопрезентации, вы-

страивания образа и системы ценностей. Подвижные границы в выборе идентификационной модели делают социальные связи менее значимыми в процессе формирования идентичности за счет возможности избегания разрушения связей между индивидом и его окружающим миром. Таким образом, индивид в процессе жизнедеятельности формирует, корректирует культурную идентичность посредством персональной адаптации к происходящим внешним и внутренним культурным изменениям. Последние уместно рассматривать в качестве идентификационных процессов, определяющих глобализацию, динамичность XX–XXI вв. и построение общей картины мира. Возможность свободного выбора и смешение традиций создают сложную современную модель культурной идентичности. При этом важно, что каждый появляющийся тип идентичности представляет собой новую тенденцию в идентификационной программе, сохраняя и предшествующие версии, что подтверждает отсутствие жестких рамок в существующей модели.

Современная идентификационная модель имеет собственные характерные особенности и проблемные аспекты:

- осознание своей принадлежности к какой-либо социальной группе и противопоставление себя другой делают индивида «чужим»;
- индивидуализм, проявляющийся в ослаблении привязанности к семье и культурным обычаям места рождения, а также дроблении глобальных групп (религия, гражданство, национальность и т.д.);
- смешение малых групп самоидентификации с традиционными группами стирает границы между ценностями, стереотипами этнических групп и национальных общностей, усложняет процесс выбора личностной идентификационной модели;
- частичное упразднение языковых, временных, технических и географических коммуникационных барьеров является источником проблемы культурной идентичности;
- упразднение семейных и национальных культурных ограничений приводит к сложности отождествления индивида с той или иной социальной группой;
- расширение культурного выбора посредством дистанционного образования, удаленной работы, виртуальных экскурсий усложняет осознание вовлеченности в общее, создает некоторую дистанцированность;
- нарушение преемственности, причиной которой стала глобализация. Предыдущие модели самосознания становятся недееспособными, не выработаны механизмы компенсации и замены, что приводит к идентификационному дискомфорту.

Подытоживая вышесказанное, отметим, что идентификационная модель представляется размытой, что связано с пересечением в социокультурном пространстве различных культурных кодов. Визуальные коды, создаваемые и транслируемые в медиапространстве, являются актуальными и глобальными инструментами формирования культурной идентичности. В то же время культурная идентичность определяет контекст и характер визуальных кодов современного медиапространства. Подобное рассмотрение особенностей формирования культурной идентичности получает в наше время не только социально-философскую значимость, но и реальный социокультурный смысл.

### Литература

1. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ., общ. ред. и предисл. А.В. Толстых. М. : Флинта: МПСИ : Прогресс, 2006. 352 с.
2. Якимов Е.В. Идентичность психосоциальная // Культурология. XX век : Энциклопедия : в 2 т. Т. 1 / гл. ред. и сост. С.Я. Левит. СПб. : Университетская книга : Алетейя, 1998. С. 239–241.
3. Борисова О.А. Проблематизация выделения социологии идентичности в структуре социологического знания // Вестник Удмуртского университета. Сер. Социология и философия. 2003. Сентябрь. С. 75–88.
4. Павлова О.Н. Идентичность: история развития взглядов и ее структурные особенности. М., 2001. 4 с.
5. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие. М. : Кнорус, 2014. 254 с.
6. Тюрменко И.И., Горбула А.Д. Культурология: теория и история культуры : учеб. пособие. Киев : Центр учебной литературы, 2004. 427 с.
7. Тишков В.А. Реквием по этносу : Исследования по социально-культурной антропологии. М. : Наука, 2003. 544 с.
8. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М. : Либроком, 2012. 440 с.
9. Халева С.А. Экспликация биоморфного культурного кода в английских суевериях // Журнал Университетские чтения–2017. Пятигорск: ПГЛУ, 2017. С. 79–83
10. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М. : Кучково поле, 2007. 464 с.
11. Аванесова Г.А., Купцова И.А. Коды культуры: понимание сущности, функциональная роль в культурной практике // В мире науки и искусства : вопросы филологии, искусствоведения и культурологии : сб. ст. по материалам XLVII Междунар. науч.-практ. конф. № 4 (47). Новосибирск : СибАК, 2015. С. 157–167.
12. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. М. : Гнозис, 2002. 282 с.
13. Запесоцкий А.С. М.С. Каган : Выдающийся теоретик культуры // Творческое наследие М.С. Кагана : традиции и трансформации в современной культуре. СПбГУП, 2011. URL: <http://www.gup.ru/uni/rektor/511.pdf> (дата обращения: 01.10.2018).
14. Aho K. Existentialism: An Introduction. Cambridge (UK), 2014. 224 p.
15. Салмин Л.Ю. Визуальные коммуникации. Новая реальность // Архитектон: известия вузов. 2016. № 56. Декабрь. URL: [http://www.archvuz.ru/2016\\_4/5](http://www.archvuz.ru/2016_4/5) (дата обращения: 01.10.2018).

**Veniamin G. Vodopyan**, Saint-Petersburg State University of Culture and Arts (Saint-Petersburg, Russian Federation).

E-mail: [vodopyan.v@gmail.com](mailto:vodopyan.v@gmail.com)

**Ksenia V. Hamaganova**, Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design (Saint-Petersburg, Russian Federation).

E-mail: [khamaganova@mail.ru](mailto:khamaganova@mail.ru)

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedeniye – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*, 2018, 32, pp. 229–235.

DOI: 10.17223/22220836/32/22

#### **VISUAL CODES OF CULTURAL IDENTITY IN MODERN MEDIA SPACE**

**Keywords:** cultural identity; culture code; visual communications; identification model; media space.

The article considered the features of the cultural identity formation in modern reality, examines the historical background of understanding of “identity” and “cultural code” concepts in foreign and Russian science. The author reveals some aspects of the cultural identity formation and features of the visual media codes influence on the new identification model formation.

We consider cultural identity as a permanent process, in which, on the one hand, personal cultural concepts are formed, and on the other, this process is a result of the formation of a new identification model based on the visual media codes influence.

Cultural identity forms a person's value attitude to himself, other people, society and the world as a whole, and also predetermines the formation of an individual's stable qualities, which form his binary thinking, value judgment system, the possibility of choosing value orientations, which acts as the basis for building individual communicative model.

Due to the emergence of difficulties in self-identification based on sociocultural characteristics and the spread of intercultural communication, an individual is looking for ways and mechanisms to

recognize certain cultural signs and symbols. By symbols we mean cultural code that forms the cultural identity.

The cultural code allows to decrypt the transformed values into meaning. Decoding is especially important in the process of decrypting visual signals from the mass media. A modern visual environment is at the same time a relevant information platform and a tool for modeling communication. Its characteristics are related to the importance of visual perception in the communication process. Content visualization creates for the individual the effect of involvement, the total visibility of what is happening, and also enables the transmission and control of information. This contributes to the formation of a new identification cultural model, it means that conclusions obtained in the course of processing are directly connected with the self-identification of the individual.

The process of self-identification has a high degree of dynamism, leaving the individual complete freedom to choose options for self-presentation. The possibility of free choice and blending of traditions create a complex modern model of cultural identity. At the same time, it is important that each emerging type of identity represents a new trend in the identification program, while preserving the previous versions, which confirms the absence of a rigid framework in the existing model.

Identification model appears blurry, which is associated with the intersection of various cultural codes in the socio-cultural space. Visual codes, created and broadcast in the media space, are relevant and global tools for the formation of cultural identity. At the same time, cultural identity determines the context and nature of the visual codes of the modern media space.

### References

1. Erikson, E. (2006) *Identichnost': yunost' i krizis* [Identity: Youth and Crisis]. Translated from English by A.V. Tolstykh. Moscow: Flinta.
2. Yakimova, E.V. (1998) Identichnost' psichosotsial'naya [Psychosocial identity]. In: Levit, S.Ya. (ed.) *Kul'turologiya. XX vek* [Culturology. The 20th century]. Vol. 1. St. Petersburg: Universitetskaya kniga; Aletyeya. pp. 239–241.
3. Borisova, O.A. (2003) Problematizatsiya vydeleniya sotsiologii identichnosti v strukture sotsiologicheskogo znaniya [Problematization of the identification of sociology of identity in the structure of sociological knowledge]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Ser. Sotsiologiya i filosofiya – The Bulletin of Udmurt University. Sociology and Philosophy*. September. pp. 75–88.
4. Pavlova, O.N. (2001) *Identichnost': istoriya razvitiya vzglyadov i ee strukturnye osobennosti* [Identity: the history of development of views and its structural features]. Moscow: [s.n.].
5. Sadokhin, A.P. (2014) *Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoy kommunikatsii* [Introduction to the theory of intercultural communication]. Moscow: KIORUS.
6. Tyurmenko, I.I. & Gorbula, A.D. (2004) *Kul'turologiya: teoriya i istoriya kul'tury* [Cultural Studies: Theory and History of Culture]. Kyiv: Tsentr uchebnoy literatury.
7. Tishkov, V.A. (2003) *Rekviem po etnosu: Issledovaniya po sotsial'no-kul'turnoy antropologii* [Requiem for ethnos: Research on the socio-cultural anthropology]. Moscow: Nauka.
8. Bromley, Yu.V. (2012) *Ocherki teorii etnosa* [Essays on the theory of ethnos]. Moscow: Librokom.
9. Khaleeva, S.A. (2017) *Eksplikatsiya biomorfnoy kul'turnogo koda v angliyskikh suyeveryiyakh* [Explication of the biomorphic cultural code in English superstitions]. Pyatigorsk: Pyatigorsk State Linguistic University. pp. 79–83
10. McLuhan, M. (2007) *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka* [Media Understanding: External Human Extensions]. Translated from English. Moscow: Kuchkovo pole.
11. Avanesova, G.A. & Kuptsova, I.A. (2015) Kody kul'tury: ponimanie sushchnosti, funktsional'naya rol' v kul'turnoy praktike [Culture codes: understanding of the essence, functional role in cultural practice]. *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kul'turologii*. 4(47). Novosibirsk: SibAK. pp. 157–167
12. Krasnykh, V.V. (2002) *Etnopsikholingvistika i lingvokul'turologiya* [Ethnopsycholinguistics and cultural linguistics]. Moscow: Gnozis.
13. Zapesotskiy, A.S. (2011) M.S. Kagan: Vydayushchiysya teoretik kul'tury [M.S. Kagan: An outstanding cultural theorist]. In: Kaisarov, E.A. (ed.) *Tvorcheskoe nasledie M.S. Kagana: traditsii i transformatsii v sovremennoy kul'ture* [M.S. Kagan: traditions and transformations in modern culture]. [Online] Available from: <http://www.gup.ru/uni/rektor/511.pdf>. (Accessed: 1st October 2018).
14. Aho, K. (2014) *Existentialism: An Introduction*. Cambridge (UK).
15. Salmin, L.Yu. (2016) Vizual'nye kommunikatsii. Novaya real'nost' [Visual communication. New reality]. *Arkhitekton: izvestiya vuzov*. 56. [Online] Available from: [http://www.archvuz.ru/2016\\_4/5](http://www.archvuz.ru/2016_4/5). (Accessed: 1st October 2018).