

Фарміраванне культурнай ідэнтычнасці асобы віртуальнымі формамі сацыякультурных інстытутаў

Худніцкая А. В.

Рэспубліканскі інстытут вышэйшай школы, Мінск

Артыкул прысвечаны трансфармацыі культурнай ідэнтычнасці ў інфармацыйным грамадстве. Нягледзячы на вялікую колькасць даследаванняў праблемы культурнай ідэнтыфікацыі, яе асаблівасці ў сучаснай культуры разглядаюцца фрагментарна, у сувязі з чым падаецца актуальным абагульненне зробленых даследчыкамі высноў і далейшае вывучэнне дадзенай тэмы, выяўленне, як уплываюць на культурную ідэнтыфікацыю віртуальныя формы сацыякультурных інстытутаў.

У артыкуле змяшчаецца аналіз сучаснага разумення культурнай ідэнтычнасці, стадыі яе фарміравання і ўзроўняў развіцця; прапанаваны варыянты інтэрпрэтацыі паняцця “сеткавая ідэнтычнасць”; названы асноўныя рэсурсы ідэнтыфікацыі асобы ў віртуальнай культурнай прасторы: мова, традыцыі і трансляцыя фактаў культуры. У выніку звароту да актуальных публікацый вылучаны асноўныя тэндэнцыі трансфармацыі культурнай ідэнтычнасці асобы ў сучасным інфармацыйным грамадстве.

Таксама разглядаецца ўплыў віртуальных сацыякультурных інстытутаў на культурную ідэнтыфікацыю: апісана прапанаваная намі класіфікацыя падобных інстытутаў (па характары ўзаемадзеяння з традыцыйнымі аналагамі), прыведзены прыклады ўздзеяння віртуальных сацыякультурных інстытутаў на працэсы культурнай ідэнтыфікацыі і паказаны магчымасці напрамку гэтага ўплыву, сфармуляваны рэкамендацыі для мэтанакіраванай падтрымкі фарміравання і развіцця культурнай ідэнтычнасці сродкамі віртуальных сацыякультурных інстытутаў.

Ключавыя словы: культурная ідэнтычнасць, сеткавая ідэнтычнасць, віртуальная культурная прастора, сацыякультурны інстытут, інфармацыйнае грамадства.

(Искусство и культура. – 2019. – № 1(33). – С. 82–88)

Shaping the Individual Cultural Identity by Virtual Forms of Social and Cultural Institutions

Khudnitskaya A. V.

National Institute for Higher Education (NIHE), Minsk

The article considers the issues of the transformation of cultural identity in the information society. Despite the amount of research into the problem of cultural identity, its features in the modern culture are examined in fragments. In connection with that it seems important to compile researchers' findings, to continue the study of this topic, to identify how virtual forms of social and cultural institutions influence the cultural identity.

The article contains an analysis of the modern understanding of cultural identity, stages of its formation and development levels, shows interpretation of the concept of "network identity"; highlights core resources of the identification in virtual cultural space: the language, traditions and culture facts sharing. By generalizing the current publications we put forward the main trends in the transformation of individual cultural identity in information society.

We have also considered the impact of virtual social and cultural institutions on cultural identification: our own classification of such institutions is described (by the ways of interaction with the conventional counterparts), examples of virtual social and cultural institutions impact on processes of cultural identifying are given. It also describes the possibility of managing this impact and formulates recommendations for targeted support formation and development of cultural identity by means of virtual social and cultural institutions.

Key words: cultural identity, network identity, virtual cultural space, social and cultural institution, information society.

(Art and Cultur. – 2019. – № 1(33). – P. 82–88)

Адрас для карэспандэнцыі: e-mail: elen.g.minsk@gmail.com – А. В. Худніцкая

Трансфармацыя культурнай ідэнтычнасці ў інфармацыйным грамадстве шырока даследуецца сучаснымі культурологамі, філосафамі, сацыёлагамі, спецыялістамі ў галіне адукацыі. Але шэраг пытанняў застаецца без неабходнай увагі. Так, даволі эпизадычна разглядаецца ўплыў новых, віртуальных формаў сацыякультурных інстытутаў на інкультурацыю і ідэнтыфікацыю асобы. У сувязі з гэтым нам падаецца актуальным вырашэнне наступных задач: агляд сучасных уяўленняў аб культурнай ідэнтыфікацыі ў інфармацыйным грамадстве і выяўленне ролі ў гэтым працэсе сацыякультурных інстытутаў віртуальнай культурнай прасторы.

Мэта артыкула – прапанаваць рэкамендацыі для ўстаноў культуры па фарміраванні культурнай ідэнтычнасці асобы сродкамі віртуальных формаў сацыякультурных інстытутаў.

Сучаснае разуменне культурнай ідэнтычнасці. Паняцце “ідэнтычнасць”, уведзенае ў навуковы ўжытак Э. Г. Эрыксанам, першапачаткова ўспрымалася як суб’ектыўнае натхнёнае адчуванне тоеснасці і цэласнасці, падоўжаная роўнасць з сабой, няспынанасць самаперажывання індывіда. На сённяшні дзень феномен ідэнтычнасці актыўна асэнсоўваецца і вывучаецца ў культуралагічных даследаваннях. Цікавым у сваёй разгорнутасці нам падаецца вызначэнне І. У. Мазурэнка: яна разумее культурную ідэнтычнасць як “атаясненне з сацыякультурнымі ўзорамі пэўнага грамадства дзякуючы ўсвядомленаму прыняццю (праз навучанне і выхаванне) сацыяльным суб’ектам адпаведных культурных норм і ўзораў паводзін, каштоўнасцей арыентацый і мовы, разумення свойго «я» з пазіцыі тых культурных характарыстык, якія прынятыя ў дадзеным грамадстве. Культурная ідэнтычнасць прадугледжвае ўстанаўленне духоўнай узаемасувязі паміж сабой і сваім народам, перажыванне пачуцця прыналежнасці да нацыянальнай літаратуры (праз літаратурнае выхаванне і адукацыю), інтэрыярызацыі (прыняцця ў якасці сваіх) яе каштоўнасцей, высокіх узораў мастацкай творчасці, пабудову ўласнага жыцця з іх улікам” [1, с. 11–12]. Падобнае разуменне культурнай ідэнтычнасці апісвае А. І. Шэндрык праз адказы на пытанні, якія паўстаюць перад чалавекам: “Кім я з’яўляюся не па пашпарту, не па крыві, не па месцу нараджання, а па культуры? Чыя літаратура, музыка, выяўленчае мастацтва, тэатр, кінематограф, міфы, легенды, казкі, паданні, народнае мастацтва і г. д. мне

найбольш блізкія і ў максімальнай ступені задавальняюць мае патрэбы ў мастацка-эстэтычных перажываннях?” [2, с. 136].

Разам з гэтым культурная ідэнтычнасць непасрэдна звязана з адчуваннем уласнай цэласнасці або яе адсутнасці і грунтуецца не толькі на культурных каштоўнасцях і мастацкіх узорах, але і на асэнсаванні асобай яе цялеснасці праз прызму сваёй культуры. Таму мы можам пагадзіцца і з М. М. Прадоўскай, якая вылучае такія структурныя кампаненты культурнай ідэнтычнасці, як біялагічны (раса, этнас, гендэр, сексуальная ідэнтычнасць, здароўе, узрост), геаграфічны, статусны, моўны, светапоглядны і прафесійны [3, с. 13]. Ідэнтычнасць асобы падуладная зменам, што выдатна сфармулявала Д. М. Шульгіна: “Асобасная ідэнтычнасць – не фіксуемая нязменнасць, не беспраблемная тоеснасць з сабой, але незавершанасць, праблемнасць, якая доўжыцца” [4, с. 14].

Стадыі фарміравання культурнай ідэнтычнасці размяжоўваюцца даследчыкамі пераважна па ступенях засваення фактаў культуры як рэгулятараў паводзін асобы. Так, А. І. Шэндрык вылучае наступныя тры стадыі культурнай ідэнтыфікацыі: 1) фарміраванне кагнітыўнага кампанента (веды, уяўленні пра сваю культуру); 2) узнікненне ўстойлівых эмацыянальных адносін (пачуцці, перажыванні, звязаныя з усведамленнем непарыўнай сувязі са сваёй культурай, адносіны да яе, ацэнка яе дасягненняў); 3) пераўтварэнне ведаў і пачуццяў у рэгулятары паводзін індывіда [2, с. 138]. Вынікам пазначаных этапаў можна назваць фарміраванне пэўных адзнак культурнай ідэнтычнасці. Згодна з А. Г. Русанавай, імі з’яўляюцца: знешнія – валоданне стандартам паводзін, моўная кампетэнцыя; унутраныя – агульнае кола культурных ведаў, агульныя ментальныя (утварэнні) (засвоеныя культурныя нормы, каштоўнасці, ідэалы, падабенствы “карцін свету”), адчуванне прыналежнасці да культурнай групы (падзел на “сваіх” і “чужых”). Пры гэтым засваенне культурных узораў можа мець розны характар: ад аўтаматычнага працэсу да аналітычнага і творчага. Таму акрамя этапаў ідэнтыфікацыі варта звярнуць увагу і на ўзроўні развіцця культурнай ідэнтычнасці. Н. А. Яўгеньева прапаноўвае абазначыць чатыры такія ўзроўні. Першы, элементарны ўзровень прадугледжвае “павярхоўнае веданне фактаў роднай культуры, найнарэалістычнае ўспрыманне каштоўнасцей, аўтаматычнае выкарыстанне стэрэатыпаў і алгарытмаў паводзін”. Другі ўзровень – больш дасканалы: “веданне эталонных узораў роднай культуры, усведамленне каштоўнасцей

праз прызму культурных адрозненняў, рэфлексія ўласнай «культурнай праграмы» паводзін у выпадку кантакту з іншай культурай». Трэці ўзровень – устойлівы, прадугледжвае кантэкстнае веданне роднай культуры, асэнсаванне каштоўнасцей дыялектыкі роднай культуры ў сусветным кантэксце, рэалізацыя культурна-спецыфічных мадэляў паводзін з улікам прынцыпу культурнага рэлятывізму. Чацвёрты этап – крэатыўны – даследчык апісвае як сістэмнае веданне роднай культуры, выбар каштоўнасцей пазіцыі ў сувязі з яе патэнцыялам, пабудова стратэгіі паводзін на аснове моцных бакоў роднай культуры пры прызнанні права іншых на культурную спецыфіку паводзін.

Узгаданае вышэй апісанне ўзроўняў ідэнтыфікацыі перагукаецца з крэатыўнай і рэпрадуктыўнай (творчай і фармальнай) формамі самаактуалізацыі асобы ў сучасным грамадстве, якія прыводзіць беларускі культуролог І. М. Варановіч. Дадаткова даследчык вылучае адыктыўную і дэструктыўную формы, звяртаючы ўвагу на праблемныя сцэнарыі самаактуалізацыі [5, с. 15–16].

Культурная ідэнтыфікацыя ў інфармацыйным грамадстве. Неадназначны характар ідэнтыфікацыі ў інфармацыйным грамадстве адзначаюць даследчыкі сучаснай культуры: яны апісваюць трансфармацыю балансу паміж традыцыйнымі працэсамі інкультурацыі і ўздзеяннем сеткавай культуры, віртуальнымі працэсамі, якія рэалізуюцца з дапамогай камунікацыйных магчымасцей Інтэрнэта [4, с. 21; 6, с. 9; 7, с. 13]. Пры гэтым Інтэрнэт можна разглядаць як інструмент для канструявання культурных ідэнтычнасцей, і як прастору, у якой можна набыць новую ідэнтычнасць, як іншае вымярэнне сацыяльнай рэальнасці [8, с. 16]. На сённяшні дзень адказы на ўзгаданыя вышэй пытанні, што адлюстроўваюць фарміраванне культурнай ідэнтычнасці, чалавек атрымлівае праз узаемадзеянне не толькі з непасрэдным акружэннем, але і з віртуальнай культурнай прасторай, новымі формамі культурных інстытутаў.

Можна заўважыць, што ў шэрагу публікацый актуальныя трансфармацыі інфармацыйнага грамадства, што ўплываюць на ідэнтыфікацыю, апісваюцца рэзка негатыўна, як найважнейшыя фактары крызісу ідэнтычнасці. Не адмаўляючы пэўных праблем сеткавай ідэнтычнасці, мы не падзяляем гэтую думку і можам пагадзіцца з В. І. Гарайнай, якая пазначае: “Крызіс ідэнтычнасці – гэта не асобная дэструкцыя, але момант развіцця, звязаны са зменай сацыякультурных каардынатаў і трансфармацыяй асобных

сіл”. Неабходна разумець, што перадумовы для крызісу ідэнтычнасці фарміруюцца не выключна сучаснымі трансфармацыямі культуры і грамадства. Яны часта звязаны з узроставымі крызісамі [2, с. 138], міграцыямі і зменамі сацыяльнага асяроддзя (напрыклад, пры паступленні ва ўніверсітэт), і могуць як змяняцца пад ўздзеяннем новых формаў культуры.

Абагульняючы матэрыялы даследаванняў, мы можам вылучыць наступныя асаблівасці культурнай ідэнтыфікацыі ў інфармацыйным грамадстве:

- павелічэнне ролі асабіста-каштоўнасных арыентацый [4, с. 22; 6];

- павышэнне свабоды выбару і самарэалізацыі індывіда [4, с. 22; 6, с. 9; 9];

- павелічэнне дыстанцыі ў камунікацыі паміж асобай і грамадствам [4, с. 22];

- нелакальны характар узаемадзеяння [6, с. 9];

- недакладнасць сацыяльнай рэальнасці [4, с. 22; 5, с. 15; 6, с. 17]; нестабільнасць і ілюзорнасць самой ідэнтычнасці [3, с. 17];

- стварэнне асобай сеткавай ідэнтычнасці (ідэнтычнасцей), якая можа істотна адрознівацца ад паўсядзённай [6, с. 19], а таксама магчымаць “прымерыць” розныя ідэнтычнасці [9];

- выкарыстанне магчымасцей новага вымярэння сацыяльнай рэальнасці, у якім часам становіцца магчымым тое, што немагчыма ў іншых прасторах [8, с. 16; 9];

- “інфармацыйны неакаланіялізм” (у тым ліку фарміраванне культурных рэзервацый, культурная стандартызацыя, каштоўнасная ўніфікацыя) [1, с. 15; 8; 10, с. 12; 11, с. 11].

Да гэтых асаблівасцей неабходна дадаць яшчэ ўплыў глабалізацыі (дэсакралізацыя і дэтрадыцыяналізацыя сацыякультурнай прасторы [4, с. 9]), псіхалагічныя фактары (схільнасць моладзі да мультыкультурнасці і маргінальнасці [7, с. 13]).

З-за ўзгаданых асаблівасцей культурная ідэнтыфікацыя ў віртуальнай прасторы і сеткавая ідэнтычнасць часам разглядаюцца як самастойны феномен, але, на нашу думку, калі віртуальная культурная прастора ўспрымаецца чалавекам як частка яго ўласнай рэальнасці, яго быцця, то і фарміраванне ідэнтычнасці сродкамі непасрэднага асяроддзя і віртуальнай прасторы неабходна разумець як комплексную з’яву, усе элементы якой актыўна ўзаемадзейнічаюць. Цікава ўзгадаць тэзіс З. А. Жадэ: “Ідэнтычнасць у Інтэрнэце можна разглядаць як разнавіднасць ідэнтычнасці ў рэальным свеце. Яе можна разглядаць як праўду двух бакоў быцця чалавека – біялагічнага

і сацыяльнага”. Працягваючы гэту думку, даследчык прыводзіць прыклады дзвюх формаў віртуальнай ідэнтычнасці адносна рэальнай: са знакам “плюс” (адлюстроўвае пазітыўны вобраз, якому чалавек хоча адпавядаць) і са знакам “мінус” (негатыўны вобраз, якому чалавек не хоча адпавядаць), і дадае, што праз самавыражэнне і прымяранне розных ідэнтычнасцяў, асоба можа паўплываць на сваю псіхалагічную ідэнтычнасць, адчуць прыналежнасць да новых супольнасцей [9].

Тыпы так званай сеткавай ідэнтычнасці таксама даволі ўмоўныя, якія акцэнтуюцца ў межах інфармацыйнай культуры, але маюць месца і ў традыцыйнай. Так, З. А. Жадэ і С. А. Ляўшэва апісваюць чатыры тыпы сеткавай ідэнтычнасці:

- рэальная і паўнаватарская, якая рознабакова адлюстроўвае асобу чалавека;
- рэальная асоба без адзнак, якая не дае поўнага партрэта, а толькі неабходныя для дзейнасці ў пэўнай прасторы рысы;
- выдуманая, аддаленая ад аўтэнтычнай асобы (напрыклад, ўзгаданыя вышэй пазітыўныя ці негатыўныя вобразы);
- размеркаваная, якая ўспрымаецца (ці пазіцыянуецца) як ідэнтычнасць асобы, але з’яўляецца калектыўнай (у тым ліку спецыяльна створанай) [9].

Вылучаныя навукоўцамі тыпы, безумоўна, цікавы матэрыял для даследавання паводзін асобы ў Інтэрнэце, але неабходна звярнуць увагу, што гэтыя тыпы паказваюць, у першую чаргу, ступень адлюстравання аўтэнтычнай ідэнтычнасці асобы створаным ёю ў прасторы Інтэрнэт вобразам ці нават профілям, і не паказваюць адрозненні фактараў утварэння сеткавай ідэнтычнасці. Па-ранейшаму застаецца неразумелым, ці з’яўляюцца сеткавыя ідэнтычнасці спараджэннем менавіта віртуальнай культурнай прасторы, або ўспрымаюцца як вобразы, што проста трансліруюцца новымі сродкамі. У дадзеным выпадку нам падаецца, што маецца на ўвазе менавіта адрозненне каналаў праяўлення ідэнтычнасці, а не фактары яе ўтварэння. Разам з гэтым, відавочна, што на фарміраванне культурнай ідэнтычнасці ў значнай ступені ўплываюць актуальныя феномены культуры, у тым ліку тыя, што развіваюцца ў віртуальнай прасторы. Больш за тое, уплыў гэтых феноменаў складана прасачыць з-за неўстойлівасці і хуткай трансфармацыі віртуальнай культуры.

Роля віртуальных сацыякультурных інстытутаў у культурнай ідэнтыфікацыі. Каб выявіць магчымыя сродкі захавання ўстойлівасці працэсаў культурнай

ідэнтыфікацыі ў новым асяроддзі, на наш погляд, варта звярнуцца да распрацаваных Ю. А. Шубіным фактараў захавання аўтэнтычнасці і цэласнасці культурнай сістэмы, якія паўстаюць перадумовай індывідуальнай ідэнтычнасці: а) наяўнасць базавых каштоўнасцей у актуальнай прасторы самасвядомасці суб’ектаў, якія ўзаемадзейнічаюць; б) аптымальныя суадносіны ўнутры культурнай сістэмы арыентацыі на захаванне (мінулае) і змяненне (будучае), з улікам спецыфікі каштоўнасцанарматыўнага ядра культуры, этапа і праблем яе развіцця; в) разуменне ўнікальнасці сваёй культуры, яе ўнёску ў сусветны цывілізацыйны працэс (што пераўтварае міжкультурны дыялог у сродак самаразвіцця і атрымання духоўнай ідэнтычнасці) [10, с. 7].

Пераносячы гэтыя фактары на віртуальную культурную прастору, можна апісаць іх наступным чынам: рэпрэзентацыя культурных каштоўнасцей даступнымі і зразумелымі аўдыторыі сродкамі (у тым ліку праз сацыяльныя сеткі, віртуальныя СМІ і інш.); захаванне балансу паміж трансляцыйнай культурна-гістарычных фактаў і сучасных каштоўнасцей і артэфактаў культуры, выяўленне пераемнасці ў развіцці культуры; актуалізацыя культурнага кантэксту, сувязей з іншымі культурамі і ўбудаванасці роднай культуры ў сусветную. Пры гэтым асноўнымі рэсурсамі ідэнтыфікацыі ў віртуальнай культурнай прасторы можна назваць мову [8, с. 17; 11], традыцыі [10; 11, с. 11], і саму трансляцыю фактаў культуры [12].

У апісанні значэння мовы А. Ш. Мірзабекава спасылкаецца на заходніх спецыялістаў – В. Цёрнэра, Р. Вудвортса, М. Салінга, якія паказалі, што ў фарміраванні бачання свету вызначальная роля належыць мове [11, с. 20]. З гэтага пункту гледжання беларуская віртуальная культурная прастора на сённяшні дзень развіваецца пад моцным уплывам рускіх рэсурсаў і інстытутаў. Зразумела, што асоба сутыкаецца ў Інтэрнэт-прасторы не толькі і не столькі з нацыянальнай культурай, колькі з глабалізаванай культурай, спалучэннем дамінуючых элементаў асобных культур, але набор гэтых культур звычайна фарміруецца па моўным сегменце. Так, пры адкрытасці і глабальнасці віртуальнай прасторы беларуская аўдыторыя не сутыкаецца з рэсурсамі і культурнымі артэфактамі, якія трансліруюцца, напрыклад, на іспанскай або французскай мове, але ў значна большай ступені сутыкаецца з трансляцыйнай рускай культуры, чым нават з нацыянальнай. У даследаванні асаблівасцей рэпрэзентацыі

культурнай ідэнтычнасці ў Інтэрнэце беларускі культуролог А. Д. Крывалап адзначае, што Інтэрнэт-прастора Беларусі ў пэўнай ступені вызначаецца расійскімі рэсурсамі, і гэта можна разглядаць як прыклад русіфікацыі, уплыў на працэсы ідэнтыфікацыі [8, с. 10–11]. Разам з гэтым даследчык каментуе пытанне выбару мовы наступным чынам: “... аўдыторыя вызначаецца праз выкарыстанне мовы, не заўсёды нацыянальнай. Адмова ад выкарыстання нацыянальнай мовы дазваляе пашырыць аўдыторыю. Пытанне толькі ў тым, што з’яўляецца больш пераважным: нацыянальная аўдыторыя ці аўдыторыя, якая выкарыстоўвае якую-небудзь іншую мову” [8, с. 18]. Такім чынам, калі для актуалізацыі пэўных каштоўнасцей сярод жыхароў Беларусі выкарыстанне беларускай мовы абавязкова, то для трансляцыі культуры больш шырокай аўдыторыі дарэчным можа быць выкарыстанне рускай, англійскай ці іншых моў.

Тое ж датычыцца і кантэксту: чым больш шырокая аўдыторыя інстытута, тым больш шырокі кантэкст культурных фактаў ён павінен адлюстроўваць у сваёй дзейнасці.

Важнасць рэсурсу традыцый, каштоўнасцей і артэфактаў культуры для культурнай ідэнтыфікацыі сама па сабе не выклікае сумнення, але пры вылучэнні прыярытэтных для рэпрэзентацыі фактаў і аб’ектаў культуры варта звярнуцца да рэкамендацый культурологаў, а таксама акцэнтаваць увагу на пашырэнне кантэксту кансалідуемых ідэй, якія аказалі найбольшы ўплыў на фарміраванне духоўнай культуры і нацыянальнай самасвядомасці. Так, В. М. Сакольчык адзначае ў якасці кансалідуемых ідэй беларускай культуры ключавыя факты гісторыі і культуры, хрысціянскія каштоўнасці, пісьменнасць і “кніжнасць”, філасофскія веды, каштоўнасці палітычнай і мастацкай культуры [12, с. 45]. Важнасць кансалідацыі і зварот да гісторыі ў працэсах фарміравання ідэнтычнасці падкрэслівае і А. В. Шугаеў, які ўказвае на неабходнасць захавання нацыянальнай самабытнасці, фарміравання станоўчага іміджу краіны на міжнароднай арэне, супрацьдзеяння інфармацыйнай агрэсіі іншых краін.

Уплыў адзначаных фактараў і рэсурсаў на ідэнтыфікацыю асобы звычайна забяспечваецца сацыякультурнымі інстытутамі, з дапамогай якіх ствараецца духоўна насычанае асяроддзе, падтрымліваецца культурна-гістарычная пераемнасць, замацаванне і перадача духоўнага досведу. У культуры інфармацыйнага грамадства даследчыкі адзначаюць памяньшэнне і адноснасць ролі інстытутаў [7, с. 18]. Але мы можам сцвярджаць, што гэта ў пэўнай ступені

кампенсуецца разнастайнымі віртуальнымі формамі сацыякультурных інстытутаў, якія ўяўляюць сабой натуральны працяг дзейнасці традыцыйных (віртуальныя формы ўстаноў адукацыі, віртуальныя бібліятэкі і музеі, прафесійная інфармацыйная культура, нормы і правілы Інтэрнэт-культуры, віртуальныя СМІ, інстытуты кіравання культуратворчай дзейнасцю і інш.). Таму асабліваю цікавасць для нас уяўляе пытанне ролі віртуальных інстытутаў у фарміраванні ідэнтычнасці.

Па характары ўзаемадзеяння віртуальных формаў сацыякультурных інстытутаў з традыцыйнымі мы можам умоўна падзяліць іх на чатыры групы:

– дапаможныя: узнікаюць і развіваюцца як працяг дзейнасці ўжо сфарміраваных сацыякультурных інстытутаў;

– альтэрнатыўныя: уяўляюць сабой альтэрнатыўны механізм дзейнасці існуючага інстытута, які афармляецца дзякуючы тэхнічным магчымасцям і адсутнасці ў віртуальнай прасторы шэрага бар’ераў для культуратворчай дзейнасці;

– сурагатныя: замяшчаюць запатрабаваныя, але неіснуючыя традыцыйныя інстытуты сродкамі новых тэхналогій;

– інавацыйныя: уяўляюць сабой новыя формы, якія з’яўляюцца і развіваюцца як сацыякультурныя інстытуты пад уплывам актуальных тэндэнцый культуры і тэхнічных навацый.

У выніку даследавання станаўлення і дынамікі развіцця віртуальных сацыякультурных інстытутаў выяўляецца, што механізмы фарміравання культурнай ідэнтычнасці дапаможных (віртуальныя філіялы ўстаноў культуры, элементы онлайн-адукацыі ў традыцыйных установах адукацыі, электронныя версіі СМІ і інш.) і сурагатных (існуючыя толькі ў віртуальнай прасторы электронныя бібліятэкі і СМІ, віртуальныя музеі, выставы, рэканструкцыі, мастацкія аб’яднанні і інш.) формаў інстытутаў пераймаюць традыцыйныя механізмы інкультурацыі асобы і фарміравання яе ідэнтычнасці. Хоць фактычна віртуальны філіял музея ці электроннае выдавецтва вельмі істотна адрозніваюцца па сваёй структуры і дзейнасці ад “рэальных” аналагаў.

Можна сказаць, што гэта своеасаблівыя мадэлі традыцыйных культурных інстытутаў, якія праз паралелі з вядомымі метафарамі арганізацыі культурнай дзейнасці робяць арыентацыю асобы ў віртуальнай культурнай прасторы больш зразумелай.

Альтэрнатыўныя і інавацыйныя формы інстытутаў, у сваю чаргу, адрозніваюцца не толькі выкарыстаннем новых тэхналогій, але

і самой арганізацыяй дзейнасці. Найбольш значны прыклад – рэалізацыя магчымасцей сацыяльных сетак у сферы культуры.

Уздзеянне сацыяльных сетак на моладзь нельга назваць выключна пазітыўным, але гэта дваістасць уплыву, на нашу думку, павінна разглядацца як падстава для мэтанакіраванай падтрымкі і развіцця іх станоўчай ролі і адукацыйна-асветніцкіх магчымасцей. Так, з дапамогай сацыяльных сетак прасцей падзяліцца культурным досведам і знайсці аднадумцаў, калі яны адсутнічаюць у непасрэдным асяроддзі, звярнуцца за дапамогай і натхніцца дзейнасцю прафесіяналаў (нават увайсці ў іх супольнасць), пазнаёміцца з прадстаўнікамі іншых культур і ўсвядоміць універсальныя культурныя каштоўнасці, зацікавіцца тэмамі, што на занятках у навучальных установах часта не падаюцца цікавымі, ці ўвогуле не разглядаюцца. У сацыяльных сетках існуе вялікая колькасць разнастайных навукова-папулярных, тэматычных і асветніцкіх культурных суполак, і нават уласных старонак з пераважна культурнай тэматыкай кантэнту. Пры гэтым амаль заўсёды ёсць магчымасць звярнуцца непасрэдна да стваральнікаў старонкі, пазнаёміцца, данесці сваю пазіцыю, падзяліцца думкамі і ідэямі. Сярод беларускіх рэсурсаў у сацыяльных сетках можна ў якасці прыкладаў адзначыць старонкі прафесійных аб'яднанняў і калектываў, устаноў культуры, мастакоў і дызайнераў, пісьменнікаў, тэартэтыкаў культуры, музейных спецыялістаў і мастацтвазнаўцаў.

Асобны цікавы эксперымент – стварэнне ў сацыяльных сетках профіляў гістарычных асоб (напрыклад, успаміны рускага мастака К. Каровіна, апублікаваныя ў выглядзе блога – <http://konstantinkorovin.blogspot.com/>, старонка В. Ваньковіча – https://vk.com/valenti_vankovich), або імітаванне наяўнасці такіх старонак для ілюстрацыі сувязі старажытнай і сучаснай культуры (напрыклад, малюнкi з фантазіямi на тэму Інстаграма Ф. Скарыны – <https://www.svaboda.org/a/28584014.html>).

Дзейнасць іншых інавацыйных і альтэрнатыўных інстытутаў культуры на сённяшні дзень таксама часта афармляецца ў выглядзе разрастайных адукацыйных праектаў, тэматычных і гульніёвых рэсурсаў – як аматырскіх, так і створаных прафесіяналамі. Яны не пазіцыянуюцца як віртуальныя музеі, віртуальныя СМІ або платформы онлайн-адукацыі, але па сваёй сутнасці таксама з'яўляюцца транслятарамі спадчыны, спрыяюць асэнсаванню культурных каштоўнасцей і месца сваёй культуры сярод сусветных культур,

фарміраванню гонару за дасягненні ўласнай культуры і прыняццю дасягненняў іншых. Напрыклад, праекты “Мапа станаўлення Беларусі” (<http://map.letapis.by/by/#intro>), “Мінск стары і новы” (<https://minsk-old-new.com/about>).

Важны прыклад, які датычыцца ўжо не інстытутаў як арганізацый, а інстытутаў як механізмаў рэгуляцыі, – гэта фарміраванне і развіццё разнастайных механізмаў накіравання і абмежавання культурнай дзейнасці людзей у віртуальнай прасторы. Тэзісы аб поўнай свабодзе і незалежнасці самарэалізацыі асобы ў віртуальнай прасторы на сённяшні дзень падаюцца спрэчнымі: профілі ў Інтэрнэце ствараюцца па шаблонах і пераважна згодна з актуальнымі тэндэнцыямі і папулярным вобразам, камунікацыя і асобныя віды дзейнасці абмежаваныя як фармальнымі, так і нефармальнымі правіламі. Разам з імкненнем чалавека да забаўляльнага, “лёгкага” і эмацыянальнага кантэнту, гэта прыводзіць да фарміравання замкнёных індывідуальных інфармацыйных прастораў, у межах якіх асоба ізалявана ад нежаданай інфармацыі і трансляцыі культуры, прычым не толькі па моўным прынцеце.

Пры заяўленай свабодзе творчасці асобы ў віртуальнай прасторы насамрэч падаецца вельмі актуальным пытанне зацікаўленасці моладзі ў аналітычнай і творчай культурнай дзейнасці, паглыбленні ў кантэкст і інтэрпрэтацыі ўласнай культуры. Гэта становіцца магчымым менавіта з дзейнасцю віртуальных сацыякультурных інстытутаў, якія здольныя спрыяць развіццю культурнай ідэнтычнасці і ўсталяваць баланс паміж стыхійнай ідэнтыфікацыяй у віртуальнай прасторы, што адбываецца пад уплывам мімалётных тэндэнцый, і пабудаванай на засваенні ўніверсальных і ўнікальных каштоўнасцей, уласцівых беларускай культуры.

Такім чынам, аналіз і абагульненне сучасных уяўленняў аб культурнай ідэнтыфікацыі ў інфармацыйным грамадстве паказваюць нявызначанасць і шматлікасць ідэнтычнасцей асобы ў віртуальнай прасторы. Выяўлена, што самарэалізацыя асобы праз ідэнтыфікацыю ў віртуальнай прасторы на сённяшні дзень не ізалявана ад дзейнасці сацыякультурных інстытутаў, а ў значнай ступені фарміруецца як у выніку дзейнасці традыцыйных інстытутаў у віртуальнай прасторы, так і пад уплывам новых віртуальных формаў інстытутаў. Намі прапанавана класіфікацыя віртуальных сацыякультурных

інстытутаў для вызначэння іх статусу адносна традыцыйных формаў інстытутаў, а таксама спецыфікі дзейнасці і ролі ў фарміраванні культурнай ідэнтычнасці моладзі.

Заклучэнне. У выніку даследавання атрыманы наступныя высновы і рэкамендацыі для ўкаранення ў практычную дзейнасць: для мэтанакіраванай падтрымкі працэсаў культурнай ідэнтыфікацыі можна лічыць перспектыўным выкарыстанне выхаваўчага, адукацыйнага і гульнёвага патэнцыялу як трансфарміраваных, так і новых інстытутаў; пераадолюваць добраахвотную замкнёнасць культуратворчай дзейнасці моладзі магчыма праз стварэнне спецыяльнага (цікавага і якаснага) кантэнту па культуры для трансляцыі ў сацыяльных сетках; у развіцці дзейнасці віртуальных сацыякультурных інстытутаў неабходна асобую ўвагу надзяляць выбару мовы, трансляцыі беларускіх традыцый і культурных каштоўнасцей, папулярызаванні культурнай спадчыны і зацікаўленню моладзі ў яе вывучэнні і асэнсаванні. У якасці арыенціраў па арганізацыі і падтрымцы падобных інстытутаў падаецца дарэчным выкарыстанне ўзораў разнастайных замежных рэсурсаў, якія спрыяюць інкультурацыі асобы і ўжо выпрацавалі пэўныя рабочыя механізмы дзейнасці ў новым асяроддзі, а таксама вынікі некаторых беларускіх эксперыментаў па трансляцыі культурнай спадчыны ў віртуальнай прасторы.

ЛІТАРАТУРА

1. Мазуренко, И. В. Национально-культурная идентичность в условиях глобализации: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / И. В. Мазуренко, Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Фед. – М., 2009. – 24 с.

2. Шендрик, А. И. Национально-культурная идентичность как проблема современной культурологии / А. И. Шендрик // Искусство и цивилизационная идентичность. – М.: Наука, 2007. – С. 120–142.

3. Предовская, М. М. Модификация и трансформация культурной идентичности: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / М. М. Предовская, С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2009. – 22 с.

4. Шульгина, Д. Н. Глобализация и культурная идентичность: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Д. Н. Шульгина, Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2010. – 24 с.

5. Воронович, И. Н. Самоактуализация личности в культуре техногенного общества: сущность, формы и детерминанты: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / И. Н. Воронович, Беларус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2010. – 22 с.

6. Летов, Е. В. Сетевая идентичность в контексте культурных процессов информационного общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01 / Е. В. Летов, Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2014. – 22 с.

7. Хвыля-Олинтер, Н. А. Национально-культурная идентичность современной молодежи в условиях глобализации: методология социологического анализа: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.01 / Н. А. Хвыля-Олинтер, Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2010. – 24 с.

8. Криволап, А. Д. Особенности репрезентации культурной идентичности в Интернете: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / А. Д. Криволап, Рос. гос. гум. ун-т. – М., 2011. – 22 с.

9. Жадэ, З. А. Новые тенденции в исследовании сетевой идентичности [Электронный ресурс] / З. А. Жадэ, С. А. Ляушева // Общество: социология, психология, педагогика. – 2016. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tendentsii-v-issledovanii-setevoy-identichnosti>. – Дата доступа: 01.08.2018.

10. Шубин, Ю. А. Традиция как ресурс социально-культурной идентичности личности в современном обществе: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / Ю. А. Шубин, С.-Петерб. гум. ун-т профсоюзов. – СПб., 2008. – 21 с.

11. Мирзабекова, А. Ш. Проблема культурной идентичности в контексте многообразия цивилизаций: социально-философский аспект: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11 / А. Ш. Мирзабекова. – Алматы, 2007. – 42 с.

12. Сокольчик, В. Н. Национально-культурная самоидентификация белорусов и возможности интеграции восточнославянского мира / В. Н. Сокольчик // Вестн. Полоцк. гос. ун-та: науч.-теор. журнал. – Новополоцк: Полоцк. гос. ун-т, 2009. – № 1. – С. 41–46.

Паступіў у рэдакцыю 04.01.2019 г.