

Сведения о выполненных работах в 2021 году
по проекту **«Человек в культуре просьюмеризма: новые практики
конструирования идентичности»**,
поддержанному Российским научным фондом
Соглашение № 19-18-00237

Руководитель Савельева Елена Николаевна, канд. филос. наук

В 2021 г. исследование было направлено на экспликацию механизмов конструирования и выявление специфики идентичности субъекта-просьюмера. Решение данной задачи предполагало работу в трех направлениях: обоснование роли новых трудовых практик (фикрайтерство, DIY-практики, экоактивизм, социальное предпринимательство, бренд-фолловерство) в формировании идентичности просьюмера; анализ влияния цифровой среды на идентичность современного человека, выявление специфики персональной и групповой идентичности членов просьюмерских сообществ. Теоретико-методологическую рамку исследования задают положения К. Маркса о труде (практике) как выражении родовой сущности человека и о диалектике опредмечивания и распродмечивания в процессе производства.

Согласно авторской гипотезе, идентичность человека формируется и проявляется посредством коммуникации и действия (деятельности). Персональная – на основе различия, коллективная – на основе принадлежности и сходства. Такой подход позволяет рассматривать труд как субстанциальную основу идентичности. Анализ форматов позднего капитализма (когнитивного, коммуникативного, платформенного и др.) позволил раскрыть специфику просьюмерского труда. Ключевыми характеристиками просьюмерской деятельности являются индивидуализированный труд, в основе которого – стремление к самореализации, обуславливающее его добровольный неотчуждаемый характер; сетевой принцип организации труда и коммуникации; продукт, опредмечивающий субъективность просьюмера и манифестирующий его идентичность. Указанные характеристики выявлены в трудовых практиках просьюмеров.

Индивидуализированный характер труда проявляется в свободном выборе предметов и средств труда и в содержании трудовых действий: ориентации на экзистенциальные потребности, производстве текстов через призму собственного опыта (фанфикшн); реализации индивидуальных предпочтений при создании эстетических, экологических, информационных характеристик продукта (DIY-практики); индивидуальном выборе марки бренда и его ценностной системы, личном опыте по поводу потребления (бренд-фолловерство); самоактуализации через помощь, заботу о других (культурные индустрии, социальное предпринимательство), осознанном стремлении сократить свой экологический след (экопрактики).

Анализ организации просьюмерского труда показал, что сетевой принцип используется как инструмент успешной самореализации в избранной сфере и коммуникации с солидарной группой (укрепляющей коллективную идентичность), а также для формирования социального и культурного капитала, творческих и

профессиональных связей. Все взаимоотношения выстраиваются под задачи просьюмерского производства-потребления вокруг продукта труда (как носителя агентности) на основе общей системы ценностей и способствуют формированию коллективной идентичности.

Обоснованы уникальность и персонализация продукта просьюмерских практик, обусловленные воплощением (опредмечиванием) в нем субъективности его создателя. В качестве опредмеченной субъективности продукт манифестирует идентичность просьюмера и укрепляет («достраивает») ее в процессе производства. Дальнейшее использование продукта (обмен, потребление, коммуникация) способствует формированию и поддержанию коллективной идентичности.

Обнаружено, что в условиях позднего капитализма деятельность просьюмеров подвергается эксплуатации, во-первых, при помощи разнообразных способов монетизации труда и капитализации продукта со стороны внешних акторов; во-вторых, под влиянием цифровой среды, создающей систему ограничений просьюмерской деятельности (правила разработки продукта/услуги, правила взаимодействия на данной площадке, контроль и управление данными).

Проведен анализ влияния цифровой среды и визуального культурного контента (фан-кино, мода, брендинг, социальные сети и т. д.) на идентичность современного человека. Выделено два направления конструирования идентичности средствами цифровой среды: 1) через коммуникацию и визуализацию и 2) через трудовые практики в сети. Выявлены общие черты, характеризующие формирование идентичности в труде и в сетевых коммуникативных практиках: творческое начало, стремление к самовыражению. Отмечено неоднозначное влияние цифровой среды на идентичность, обусловленное ее особенностями как пространства коммуникации.

Идентичность, формирующаяся под влиянием цифровой среды, отличаются перформативность и проектность. Перформативность как стремление к самопрезентации и постоянная потребность в аудитории превращает сетевую коммуникацию в процесс непрерывного производства контента. Проектность, связанная с построением автопроекта личности и нарратива в оптике «желаемого», соединяет самовыражение (через визуальный образ) и «самопроизводство» через постановку целей, артикуляцию ценностей. Сделаны выводы о конструктивной роли визуальности в формировании идентичности и о том, что такая активность является «превращенной формой просьюмеризма», поскольку предметом труда здесь выступает визуальный образ «воображаемого Я».

Проанализированы инструменты сетевой идентификации: никнейм, аватар, статус, визуальный и нарративный контент и выделены их функции. Никнейм позволяет экспериментировать, «играть» с идентичностью; аватар работает на имидж и рекламу; статус демонстрирует актуальное состояние идентичности; визуальный и нарративный контенты дают представление об идентификационных стратегиях пользователя. Концептуализирована идентификационная значимость образа Другого в цифровом пространстве как проекции ценностных представлений, как актора восприятия и активного взаимодействия.

Разработана модель «мифа о героине», позволившая выявить три стратегии, при помощи которых массовое кино трансформирует традиционные гендерные нормы для создания современного идеала феминности: артикуляция противоречий, создание вариативности и постфеминистское «снятие» оппозиции «замужество – карьера». Для изучения роли фан-кино как поля экспериментов с идентичностью предложена метафора «перевернутого сна». Продемонстрированы возможности «пересборки» визуальной, художественной, а также психологической и социокультурной реальности в фан-видео.

Специфика идентичности субъекта-просьюмера раскрывается с помощью авторской модели идентичности, акцентирующей ее коммуникативную природу, наличие устойчивого «ядра» (персональной идентичности) и многоуровневую структуру («матрешку»). Показано, что современный капитализм (общество потребления) препятствует формированию устойчивой персональной идентичности, сужая пространство различия и выбора и вытесняя его в непроизводственную сферу (потребления и досуга). Необходимая для самоидентификации рефлексивность подменяется следованием стандартам и образцам, а частная жизнь присваивается через соцсети и массмедиа. В этих условиях просьюмерский труд позволяет субъекту проявлять себя и поддерживать свою идентичность через уникальный продукт. Таким образом, в основание персональной идентичности включается осознание себя как деятельностного существа.

Коллективная идентичность просьюмерских сообществ формируется как осознание общности, возникающей в результате совместных действий по производству, обмену, потреблению продукта творческого самовыражения. Продукт труда как носитель агентности, транслятор смыслов и ценностей формирует чувство принадлежности и позволяет отличить «своих» от «других». Анализ просьюмерских практик показал, что они создают предпосылки для новых форм социальности и социальной организации.

Результаты исследования отражены в опубликованных и принятых к печати 7 статьях, 5 из которых в изданиях, индексируемых в базах данных Scopus и Web of Science; 10 публикациях тезисов докладов в сборниках трудов международных и всероссийских конференций; 9 очных выступлениях на всероссийских и международных конференциях; 1 рукописи коллективной монографии; 3 рукописях диссертаций.