Р. Г. Иванян

Санкт-Петербургский Государственный университет экономики

МЕДИА-СТИГМАТИЗАЦИЯ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Под «идентичностью» подразумевается представление о самом себе как отдельной единице (личная идентичность) и части какой-либо социальной группы (социальная идентичность), которое реконструируется на протяжении всей жизни человека за счет коммуникаций, причем существенную роль в их реализации берет на себя медиасфера. Коммуникатор отвечает за создание смыслов, формулирование ценностей и определение их первостепенности. Современный период развития общества и медиасферы отличается усилением коммуникативной агрессии, под которыми понимается отражение проявлений новых и старых социальных противоречий, в том числе радикальной поляризации мнений, позиций, оценок, суждений.

Коммуникативные агрессии проявляются также в стимулировании, поддержании, оправдании существующих в общественном сознании стигм. Медиа (особенно мейнстрим) поддерживают установки и нормы общества, согласно которым принадлежность к определенным группам является показателем социальной опасности, формируют предрассудки и негативные установки по отношению к представителям определенных групп людей.

Все это негативно влияет на формирование социальной идентичности личности, особенно связанной с принадлежностью к уязвимым и исключенным группам. Интересным способом противодействия можно назвать другой сектор медийного пространства – медиа сообществ – максимально приближенный к небольшой географической территории или группе людей, объединившихся по собственному желанию. Помимо выполнения ряда внутренних задач (координационных, коммуникационных, и т.д.) медиа сообществ «визуализируют» ту или иную группу в глазах остального мира, создают ей голос и звучание, раскрывают уникальность и значимость, чем в итоге препятствуют стигматизационным процессам, осуществляемым извне, и усиливают позитивные ракурсы социальной идентичности личности.