УДК 14.261

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В XXI ВЕКЕ: МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Е.И. Челидзе

Действие массовой культуры основано во многом на механизме социализации и идентификации личности. Массовая культура не только отражает специфику восприятия массовым сознанием продукции современной культурной индустрии, но и выполняет социализирующую роль, оказывая обратное влияние на социальные интересы и потребности. Современная коммуникация использует человека все более инструментально и фрагментарно. Сознание его становится все более мозаичным, цельность личности разрывается, идентичность теряется.

Ключевые слова: массовая культура, идентификация личности, социальная коммуникация, общество.

E.I. Chelidze

Social communication in XXI century: Mass Culture as the factor of formation personal identity

Modern mass-culture accumulates and exposes all the cultural diversity of modern civilization. Mass-culture and cross- cultural communications become a prerequisite for the formation of common values of the mankind. They open the space for the cultural diversity, create additional possibilities for self-identification and self-expression of an individual.

Литература

1. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории. М., 1994.
2. *Фрейд З.* Психология бессознательного: Сборник произведений. М., 1990.
3. *Эриксон Э.* Идентичность, юность и кризис. М., 2006.
4. *Осипова Ю.В.* Формирование утилитарных ценностей в культуре // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2010. № 1.
5. *Попова С.Л.* Информационное общество: новые стратегии социально-философской интерпретации // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2010. № 1.