

УДК 130.2:316.722.5:004.738.5

5.7.7. Социальная и политическая философия

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2025-3\(12\)-232-282](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2025-3(12)-232-282)

ТАК КТО ЖЕ НА САМОМ ДЕЛЕ ПРАВИТ РЕАЛЬНОСТЬЮ? СИМВОЛИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ВЛАСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ



Мария Сорокопуд,
Белгородский
юридический институт
МВД России
им. И. Д. Путилина,
(Белгород, Россия)

Mariya Sorokopud,
Putilin Belgorod Law
Institute of Ministry
of the Interior of Russia,
(Belgorod, Russia)

ORCID: 0009-0003-8112-1962
e-mail: azarimariya@yandex.ru

Для цитирования статьи:

Сорокопуд, М. С. (2025). Так кто же на самом деле правит реальностью? Символические механизмы реализации власти в информационном обществе. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(12), 232-282. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2025-3\(12\)-232-282](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2025-3(12)-232-282)

Аннотация. В статье рассматривается роль знаково-символического аппарата культуры в современном цифровом обществе, в рамках которого коммуникация и медиа перестают быть лишь каналами передачи информации, превращаясь в инструменты воздействия и управления вниманием. В эпоху глобальной виртуализации символы и образы приобретают самостоятельный онтологический статус, поскольку они не только отражают реальность,

но и активно создают ее новые, симулятивные формы. Именно здесь проявляется властный потенциал культуры: с помощью знаков и кодов массовое сознание направляется и структурируется, формируя модели поведения, ценностные ориентиры и социальные идентичности. Опираясь на идеи Ж.-Ф. Лиотара о кризисе метанарративов, Ж. Бодрийяра о симулякрах и К.-Г. Юнга о роли архетипов в коллективном бессознательном, автор показывает, каким образом медиа, реклама, киноиндустрия и цифровые платформы создают «индустрию впечатлений», пространство, в котором переживания и эмоции становятся основным ресурсом власти. Символические конструкции задают содержание массовой культуры и ритм социальной жизни, подменяя непосредственный опыт виртуальными образами. В итоге подчеркивается, что понимание механизмов символического влияния становится ключом к осмыслению современной культуры, в которой борьба идей смещается в сферу визуальных кодов и знаков, а критическое восприятие превращается в непереносимое условие культурной и личностной свободы.

Ключевые слова: цифровое общество, символ, знак, культура, репрезентация, идентичность, медиа, власть, политика, СМИ, коммуникация.

Символическая власть: от культурных кодов к цифровым мирам

Будучи сложной системой символов и знаков, человеческая культура традиционно выполняет роль пространства и средства коммуникации, а также становится решающим инструментом формирования и легитимации власти. Указанный аспект особенно важен для понимания того, каким образом культурные формы структурируют восприятие реальности и социальные отношения. Не случайно все политические режимы (от античной эпохи до современных цифровых форм) неизменно использовали символику для укрепления своей легитимности: от венков и статуй императоров в Древнем Риме (ваятели должны были изображать правителей государства, чтобы каждый житель Рима знал своего императора «в лицо», как это показано на картинке) (ил. 1) до идеологически заряженных плакатов времен СССР и Третьего рейха (ил. 2).



Ил. 1. Бюст императора
Люция Вера как
политический символ
Римской империи.
Изображение размещено
в свободном доступе
на платформе:
<https://clck.ru/3NrKxF>



Ил. 2. Идеологические
кампании в СССР
в послевоенные годы.
Изображение размещено
в свободном доступе
на платформе:
[https://imerica.ru/ideologicheskie
-kompanii-v-poslevoennnye-gody](https://imerica.ru/ideologicheskie-kompanii-v-poslevoennnye-gody)

Символы как инструмент конструирования реальности

При анализе культурных процессов, а также сценариев их влияния на человека и общество сквозь призму знаково-символического моделирования, особенно актуальной оказывается методология, предложенная немецким философом Э.Кассирером. Его концепция символических форм позволяет рассматривать культуру как систему, организующую человеческое восприятие и деятельность посредством знаков и символов, являющихся продуктами культуры и самой основой ее существования. Примечательно, что именно в символах скрыта двойственная сила: они способны консолидировать общества (как, например, национальные флаги после спортивных побед) и в то же время провоцировать конфликты (как это в свое время произошло в США вокруг споров о символике Конфедерации).

Творчески развивая идеи неокантианства, Э.Кассирер обоснованно утверждал, что

«человек является существом символическим, для которого именно культура становится важнейшим способом осмысления и конструирования мира» [Кассирер, 2002: 102].

В этом контексте символы, мифы, язык, искусство и религия отражают и активно создают культурную и социальную реальность. Достаточно вспомнить, как мифы о божественном происхождении власти [Ассман, 1999] в древнеегипетской культуре легитимизировали социальную иерархию или как язык лозунгов Великой французской революции («Свобода, равенство, братство») стал настоящим символом новой политической эпохи.

Так изображения указанного выше девиза на улицах города и связанных с ним символов служат напоминанием о фундаментальных изменениях в обществе и политической системе Франции, которые произошли в результате революции. Именно посредством символов человек может понимать и репрезентовать свои чувства, переживания и действия, что делает культуру не просто фоном, но движущей силой развития личности и общества. Как указывал Э. Кассирер,

«символы являются не только средствами выражения, но и средствами мышления» [Кассирер, 2002: 56],

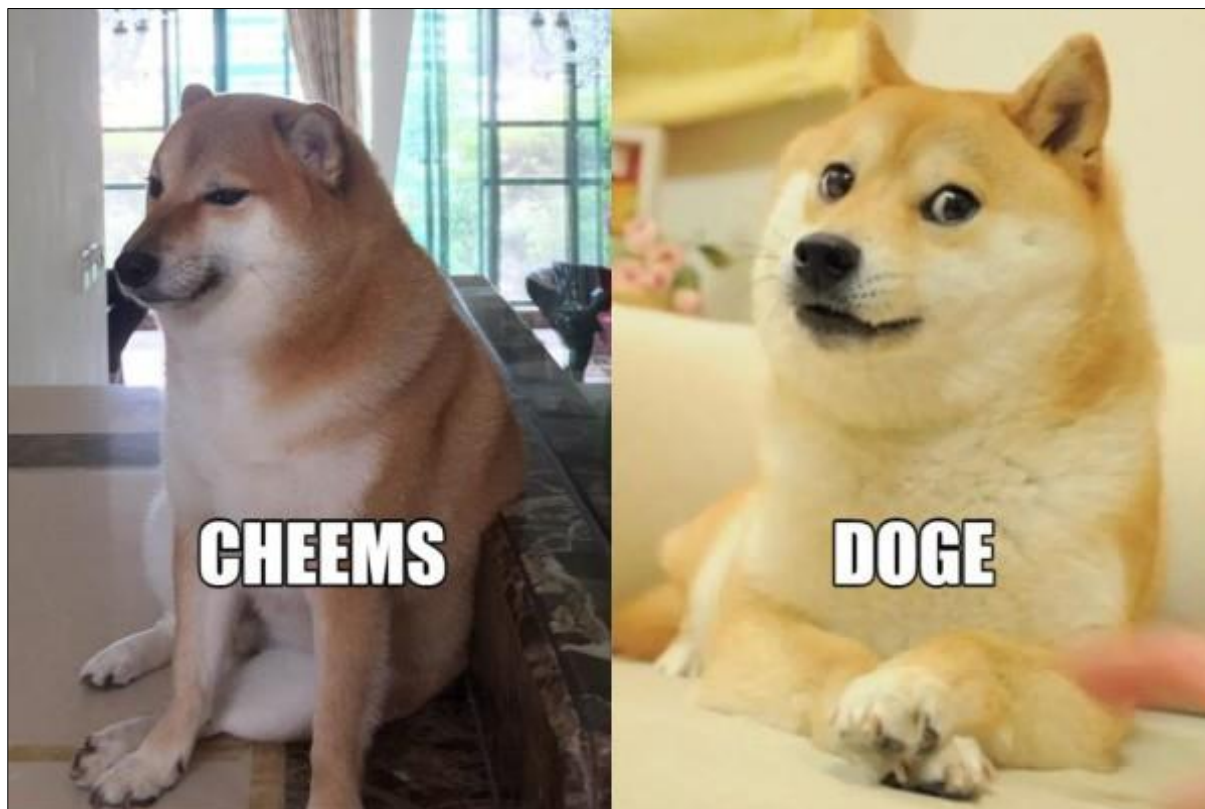
что подчеркивает их важнейшую роль в формировании как когнитивных структур, так и социокультурных норм.



Ил. 3. Революционный девиз Франции «Свобода, равенство, братство», нанесенный на стену дома. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NrLuN>

В цифровую эпоху описанные идеи обретают принципиально новое значение. Если в классическом обществе культура функционировала с помощью традиционных символов, то в условиях глобализированного и цифрового мира значимость трансформированных символов и знаков несоизмеримо возрастает. Виртуальные пространства, медиаплатформы и цифровая культура становятся той ареной, на которой происходит динамичное взаимодействие культурных кодов [Хилханов & Хилханова, 2021]. Характерным примером является то, как символы, традиционно воспринимаемые в рамках религиозных или мифологических систем, начинают «воскрешаться» в медиасреде. Концепция «всемирного заговора» в стиле QAnon фактически возрождает архаические мифы, а в цифровом формате объединяет миллионы последователей и сторонников «теории заговора» в разных странах.

Еще одним ярким примером этого процесса служит феномен интернет-мемов. Они представляют собой цифровые образы, получающие широкое распространение, вступая в диалог с общественными ценностями, стереотипами и культурными практиками. Так достаточно безобидные мемы (вроде «Doge» или «Cheems») стали глобальными символами иронии и дружелюбного смеха. В то время как политические мемы (например, с образом «Pepe the Frog») были переосмыслены и использованы радикальными сообществами как знаки протестной, а порой и экстремистской идентичности (ил. 4).



Ил. 4. «Качок Доге и Чимс» – интернет-мем, в котором большой накачанный сиба-ину Доге олицетворяет прошлое, а пес той же породы по кличке Чимс – настоящее.

Оба персонажа существуют как отдельные мемы, а вместе работают как мем-сравнение.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NsB7q>

Подобные цифровые символы оказывают огромное влияние на общественное мнение, поскольку они способны мобилизовать электораты, дискредитировать противников или, наоборот, консолидировать общество вокруг гуманистических ценностей. Ярким примером служит глобальный хештег #MeToo («Я тоже»), который изначально в октябре 2017 года возник как реакция на случаи сексуальных домогательств в Голливуде, но вскоре вышел далеко за пределы индустрии развлечений. Вирусное распространение этого символа в цифровых медиа превратило его в своеобразный культурный «маркер справедливости» и средство коллективной идентификации. Важно подчеркнуть,

что #MeToo функционировал именно как знаково-символический код, позволяющий миллионам женщин и мужчин во всем мире почувствовать причастность к единому сообществу.

В целом ряде социальных сетей этот хештег стал формой публичного признания личного опыта, что разрушало традиционные институциональные механизмы замалчивания и табуирования проблемы. В политическом пространстве #MeToo значительно усилил давление на институты власти и корпоративные структуры. В итоге десятки влиятельных фигур были вынуждены уйти в отставку, а в ряде стран были инициированы законодательные реформы, касающиеся защиты прав жертв насилия. Именно так цифровой символ превратился в мощный инструмент социального давления и политической трансформации, фактически показав, что культура знаков в цифровом обществе способна формировать дискурс и реальные социальные практики.

Интернет-мем, изображающий реакцию на факт помилования сорок шестым президентом США Джо Байденом своего сына Хантера Байдена, также является показательным примером того, как цифровые символы и визуальные коды превращаются в мощные инструменты политического воздействия. Подобные мемы фиксируют общественное отношение к событию и формируют его интерпретацию, упрощая сложные политико-правовые процессы до легко и массово узнаваемого образа или шутки. За ироничной картинкой скрывается борьба различных дискурсов. Сторонники видят в помиловании акт гуманизма, противники подтверждение коррупционной модели власти. Мем становится элементом

массовой культуры и механизмом символической власти, влияющим на общественное мнение, мобилизацию электората и восприятие легитимности политических решений (ил. 5).



Ил. 5. Интернет-мем, представляющий реакцию на факт помилования президентом США Джо Байденом своего сына Хантера Байдена.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://goo.su/MP9cG>

В этом контексте современные символы становятся не просто средствами коммуникации, но и важнейшими инструментами власти, оказывая существенное влияние как на поведение миллионов людей, так и на восприятие ими окружающей реальности. От иконографии политических лидеров в соцсетях (например, стильные фото В. Зеленского, ставшие частью международного имиджа Украины) до скандалов вокруг «фальшивых новостей» в избирательных кампаниях США символические формы не только отражают реальность, но и формируют ее. Возьмем в качестве примера иконографию президента Украины Владимира Зеленского в соцсетях. Кадры с ним (будь то селфи на фоне Киева или обложка

для женского модного журнала Vogue) намеренно стирают границу между политиком и героем [Маленко & Некита, 2023]. Как верно заметили журналисты The Guardian, он «превратил себя в символ украинского народа» за счет мгновенно узнаваемого визуального стиля [Donegan, 2022].

Контраст этому – многочисленные фейковые новости, пронизывающие выборные кампании США. Как показало исследование Time, одна из жертв атаки на Капитолий (Rozanne Boyland) оказалась настолько втянута в массовое насилие через цепочку ложной информации, что, поддерживая нарратив о «украденных выборах», она чуть не распрощалась с жизнью.

«Информационная война – это не география, а территория человеческого разума», – отмечает обозреватель Renée DiResta из Time [DiResta, 2022].

В итоге, символы и образы становятся способами общения и точками мобилизации, заставляют аудиторию действовать (осознанно или нет) и тем самым конструируют новую политическую реальность.

В рамках исследования влияния власти культуры через знаково-символические формы, автор настоящей статьи вполне осознает важность критического подхода к анализу таких культурных феноменов, как языковое сознание, мифологическое мышление, религиозная вера и художественно-эстетическое восприятие. Э. Кассирер целиком закономерно утверждал, что человек

«никогда не воспринимает реальность такой, какая она есть “сама по себе”, независимо от акта познания, но всегда видит ее через призму символических форм, которые организуют материал опыта, выстраивая специфический и целостный образ мира» [Кассирер, 2002: 135].

Достаточно вспомнить из истории, как язык политической пропаганды в нацистской Германии (активное использование терминов «чистота крови» и «враг народа») формировал поведение миллионов. Или как язык постколониальной литературы в Индии (например, творчество Р. Тагора и С. Рушди) становился инструментом сопротивления культурной гегемонии. Немецкая нацистская пропаганда времен Второй мировой войны активно эксплуатировала термин «чистота крови» как символ исключительности арийской расы. Согласно Нюрнбергским законам 1935 года, смешанные браки карались, а детей от таких союзов лишали гражданских прав, лишняя раз доказывая тот факт, что символ «чистой крови» превратился в модальность социальной идентичности. Пропагандистские образовательные материалы активно распространялись в школах, включая таблицы, показывающие, кто может вступать в брак, с акцентом на «генетическую опасность межрасовых союзов». Образ «Untermensch» («недочеловек») (категория, охватывающая евреев, славян и другие «неарийские» группы) фактически легитимизировал их дискриминацию и уничтожение [Антонов, 2019].

Укажем, что культурные формы невозможно редуцировать только к материальным или рациональным аспектам, поскольку их сила как раз и заключена в способности знаково-символических систем активно влиять на сознание и поведение, создавая устойчивые и часто неосознаваемые структуры власти. В противовес этому, такие прогрессивные мыслители, как индийский писатель и общественный деятель Р. Тагор,

использовали язык как культурный ресурс и средство эмансипации:

«Слабость таит в себе грех <...> если мы терпим это без сопротивления <...> мы поймем, что это стало возможным только благодаря нашей слабости <...> мы должны отказаться от своей слабости» [Тагор, 2005: 278].

Его слова стали неотъемлемой частью философии культурного сопротивления и активного противодействия колониальной пассивности. Британский писатель индийского происхождения С. Рушди намеренным европейским написанием своих главных произведений («Дети полуночи» и «Сатанинские стихи») ломал культурные границы, создавая стратегию литературного противостояния колониальному наследию и религиозному догматизму. Он стал настоящим символом свободы слова и культурной автономии, чем вызвал в свой адрес как широкую общественную поддержку, так и жестокие нападки.

Особое внимание в контексте критического мышления привлекает концепция «духа», которая в истории философии часто менялась: от Декарта, в рамках которой он был непосредственно связан с рассудком и «чистым знанием», до появления более широкого термина «сознание», ставшего уже центральным понятием в философии идеализма. Тем не менее, Э. Кассирер замечал, что

«попытки свести сознание к логике в философии Гегеля не позволяют полноценно описать сложность культурной структуры, включающей не только рациональные, но и символические компоненты» [Кассирер, 2002: 98].

Именно здесь принцип языкового мышления становится центральным, поскольку язык выступает не просто средством передачи знаний, но представляет собой пространство символического творчества. Достаточно указать на феномен политкорректности в современной культуре, когда выбор слов формирует рамки допустимого поведения.

В Советском Союзе тридцатых-пятидесятых годов язык использовался как инструмент власти. Такие повсеместно употребляемые в ту эпоху термины, как «враг народа» и «товарищ», несли в себе не только буквальное значение, но и служили причиной формирования и трансляции определенной картины мира. Словосочетание «враг народа» стало символом для обозначения тех, кто был принудительно исключен из общественного и политического поля, а обращение «товарищ» всячески подчеркивало коллективизм и идеологическую солидарность. Современные исследования подтверждают, что новояз был не просто языковым явлением, но и инструментом идеологического контроля. Как отмечает лингвист Ю. К. Щеглов, советский «новояз» той поры содержит формулы, представляющие

«как активные, живущие интенсивной паразитической жизнью»
[Щеглов, 2009: 27].

Современная культура активно использует политкорректность как средство формирования общественных норм. Изменение языка, направленное на избегание оскорблений и стереотипов, становится важным инструментом в регулировании общественного поведения. Как отмечает российский исследователь Н. Комлев,

«политкорректность является следствием изменения норм и имеет дело не столько с содержанием, сколько с символическими образами и корректировкой языкового кода» [Комлев, 2009: 279].

Вопрос о мифе и его современном статусе в культурологических исследованиях также тесно связан с проблемой властного воздействия знаково-символических форм. Рассматриваемый в контексте философии Э. Кассирера миф является не просто архаическим феноменом, но важной составляющей культурной реальности. Ученый подчеркивал, что мифологическое сознание, как и искусство и религия, представляет собой одну из форм символического бытия, которое невозможно интерпретировать только в психологическом и обыденно-практическом измерениях:

«Миф скрывает за образами и символами определенное “значение”, и задача философии – выявить его» [Кассирер, 2002: 146].

Такой подход позволяет рассматривать миф не как пережиток прошлого, а как актуальную форму сознания, продолжающую активно влиять на мировоззрение и моральное представление общества. Миф никогда не уходит в прошлое, он лишь трансформируется, меняет форму, но всегда сохраняет свою способность формировать сознание, ценности и моральные ориентиры общества. Возьмем, к примеру, культ национального «особого пути» в современной России. Этот нарратив подсказывает, что россияне отличаются от других народов уникальностью своего исторического пути, что предопределяет и неповторимость национальных культурных стандартов. По словам многих отечественных исследователей, миф

об «особом пути» становится мощным инструментом идеологической легитимации власти и символической консолидации общества [Иванов, 2020].

С другой стороны, «американская мечта» также представляет собой национальный миф о бесконечных возможностях и успехе, который может быть достигнут каждым. Он вдохновляет, мобилизует и одновременно создает иллюзию, порождая социальное напряжение там, где реальность оказывается намного более ограниченной. В глобальном контексте миф о североамериканской «Кремниевой долине» демонстрирует почти магический образ технологической трансформации: стартапы, венчурные инвестиции, прорывные идеи, все это создает иллюзию места, где «невозможное становится возможным», хотя реальность зачастую оказывается куда прозаичнее [Литвинова и др., 2019].

Даже конспирологические мифы, такие как теория «рептилоидов» или движение QAnon, подтверждают необычайную живучесть мифологического мышления в цифровую эпоху. Они предлагают простые объяснения хаоса, структурируют неопределенность и формируют эмоционально насыщенные коллективные сценарии поведения.

По мнению Ф. В. Шеллинга,

«миф является “психической” формой, раскрывающей внутреннюю структуру человеческой субъектности, и выступает активной силой в культурной эволюции» [Шеллинг, 1989: 42].

Его власть проявляется в самых разных практиках: миф об «избранности народа» оправдывал колониальные захваты, миф о «вечной борьбе добра и зла» становится основой

голливудских блокбастеров, а мифология «нового тела» формирует современную индустрию фитнеса и бодибилдинга.

Так миф об «избранности народа» надежно служил оправданием для колониальных захватов, утверждая, что только лишь определенные народы обладают высшей миссией распространять свою культуру и ценности. Он активно использовался в XIX и начале XX века, когда европейские державы колонизировали Африку, Азию и Америку, представляя свои действия как «цивилизационную миссию». Как отмечал британский историк Э. Хобсбаум,

«национальные мифы часто включают в себя элементы мифологизированной истории, служащие оправданием для политических действий» [Хобсбаум, 1998: 308].

Миф о «вечной борьбе добра и зла» является основой многих голливудских фильмов, в которых герои сражаются с воплощением зла ради спасения мира. Этот миф не только развлекает, но и подспудно формирует представления о морали, справедливости и героизме. Пропуская эту мысль сквозь призму концепции К.-Г. Юнга, можно сказать, что современные мифы, такие как те, что представлены в массовой культуре, выполняют функцию создания коллективного бессознательного.

Мифология «нового тела» формирует современную индустрию фитнеса и бодибилдинга, когда идеал физической формы становится символом успеха и самодисциплины. Этот миф влияет на общественные нормы красоты и здоровья, создавая стандарты, к которым стремятся многие.

К примеру, плакат к фильму «Звездные войны» – это не просто рекламный образ. Он визуализирует миф о вечной борьбе добра и зла, который лежит в основе голливудских блокбастеров. На нем мы видим героев, готовых вступить в битву с воплощением зла ради спасения мира, а композиция изображения, световые мечи и контрастные цвета сразу же формируют у зрителя эмоциональное напряжение и моральные категории, наглядно демонстрируя, кто именно является защитником справедливости, а кто приверженцем сил Тьмы. Указанный миф не ограничивается развлекательной функцией, он активно формирует представления о морали, героизме и ответственности. Плакат и сам фильм создают символическое пространство, где зритель участвует в коллективной фантазии о борьбе добра и зла, усваивает социальные нормы и переживает эмоциональное вовлечение. В этом смысле визуальный и нарративный миф работают как инструменты культурной власти, формируя ценностные ориентиры и эмоциональные структуры восприятия. Таким образом, миф функционирует не только как способ интерпретации мира, но и как механизм конструирования социальных норм и отношений власти (ил. 6).

Язык как основа символического мышления играет ключевую роль в этом процессе. Он не только фиксирует опыт, но и формирует его. Власть языка – это власть конструирования реальности, и именно здесь символические формы раскрывают свою подлинную силу. Согласно концепции известного швейцарского лингвиста Ф. де Соссюра,

«язык представляет собой систему знаков, в которой акустический образ и смысл образуют единство, существующее исключительно в культурно-социальном контексте» [Соссюр, 1977: 123].



Ил. 6. Постер фильма «Звездные войны».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NrP89>

Однако, по мнению австрийско-британского философа Л. Витгенштейна,

«значение знаков не является фиксированным и универсальным. Оно определяется их использованием в конкретных «языковых играх», что делает язык открытой системой, подтвержденной влиянию контекста и субъективного намерения говорящего» [Витгенштейн, 1993: 78].

В рамках этой концепции знаково-символический аппарат культуры можно рассматривать как регулятивно-манипулятивный инструмент власти, задающий структуру социальных взаимодействий и легитимизирующий доминирующие в обществе нормы. Язык и миф взаимодействуют между собой, создавая символическое пространство, в котором его разнообразные формы (от религиозных до политических) обретают свою властную силу. При этом в рамках описываемых процессов формируется не только мировоззрение, но и система социальных координат, в рамках которой власть закрепляется через символы и ритуалы.

Так крест в христианстве одновременно является как символом спасения и веры, так и инструментом власти Церкви. С момента принятия христианства в Римской империи крест стал основным символом христианской веры. Византийский и позднее русский православный крест олицетворяют ответственность епископа за народ и его обязанность заботиться о людях, подражая Крестному подвигу Спасителя. Церковные служители носят крест как знак своей духовной власти и ответственности перед паствой. Визуально и символически крест утверждает иерархию и авторитет Церкви, закрепляя ее социальную роль в обществе.

Во время Великой французской революции красный флаг стал символом борьбы и революционного духа. Сначала он использовался как сигнал опасности и призыв к защите революционного порядка. Однако вскоре в городском самоуправлении Парижа стали доминировать радикалы (якобинцы). Благодаря их стараниям демонстрация красного флага обрела новый смысл, поскольку, вывешивая такие флаги, городское самоуправление собирало своих сторонников для проведения насильственных акций против всех тех, кто не разделял идеи и практики радикальных изменений. 17 июля 1791 года Маркиз де Лафайет, командующий Национальной гвардией, поднял красный флаг в Париже в знак объявления военного положения и призыва к бунтовщикам разойтись. Последовало столкновение, в котором было убито около пятидесяти протестовавших против короля. После этого якобинцы подняли красный флаг, чтобы почтить «кровь мучеников», превратив, таким образом, красный флаг в свой основной символ. Под красным флагом в августе 1792 года организованные городским самоуправлением отряды санкюлотов шли на штурм Тюильри. Красный флаг превратился в знамя радикалов [Карлейль, 1937].

В 1960-х годах в США поднятый кулак стал символом движения Black Power, выражая протест против расовой дискриминации и стремление к социальной и политической независимости афроамериканцев. Жест символизировал единство, силу и решимость в борьбе за права и свободы. Он был принят многими политическими движениями, включая радикальных левых, и стал узнаваемым символом сопротивления и борьбы за равенство.

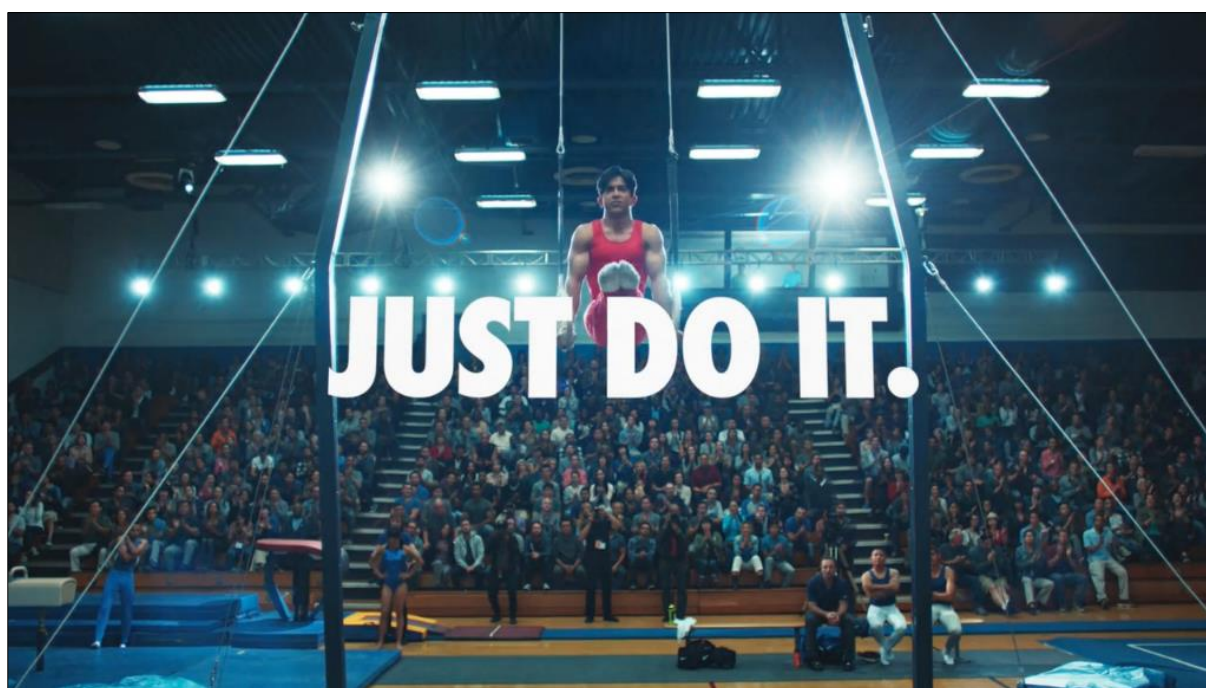
Использование этого символа в ритуалах и протестах укрепляло чувство общности и идентичности среди участников, а также служило инструментом давления на существующие властные структуры.

В России традиция проведения торжественных линеек в День знаний включает в себя церемонии поднятия государственного флага и исполнения гимна страны. Указанные ритуалы способствуют формированию чувства патриотизма и гражданственности у подрастающего поколения, укрепляя уважение к государственным символам и нормам. Подобные ритуалы не только закрепляют символический статус государственных атрибутов, но и формируют у школьников представления о гражданской ответственности и принадлежности к нации.

Современные военные парады, такие как Парад Победы в России, являются сложными формами символического коллективного действия. Сочетая идеи праздника и государственного строительства, они реконструируют традиционалистские отношения власти и народа, а также служат инструментом политической идеологии. Военные парады демонстрируют мощь и сплоченность нации, укрепляют национальное самосознание и вносят свой вклад в легитимацию существующего политического режима.

Современные культурологические исследования наглядно доказывают, что знаковая среда является не просто способом отражения реальности, но и ее семиотической основой, первичной для субъекта. Философская проблема репрезентации здесь

проявляется особенно остро, поскольку знак перестает быть лишь указателем вещи, но становится полноценным и активным участником культурной коммуникации, создающим новые смыслы и формы существования. Например, хэштег #MeToo из простой текстовой метки превратился в глобальный символ борьбы с насилием и неравенством. А логотип «Nike» уже давно вышел за пределы бренда и репрезентирует целый миф о дисциплине, успехе и спортивном героизме (ил. 7).



Ил. 7. Слоган Nike «Just Do It» («Просто сделай это!») стал мотивационным инструментом, который призывает людей достигать своих целей, независимо от возникающих препятствий.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NuqxE>

Проблема репрезентации связана и с тем, что фундаментальные культурные знаки (язык, миф, ритуал) одновременно и фиксируют, и трансформируют реальность. Они создают устойчивые формы, но остаются динамичными элементами, способными менять значение в зависимости от контекста. Государственная символика (от американского флага

до герба Российской Федерации) в одних условиях консолидирует нацию, а в других становится объектом острой критики (например, акции по сожжению флага в США как форма протеста) (ил. 8).



Ил. 8. Участники протестов у Белого Дома в Вашингтоне сжигают американский флаг после выступления президента США Дональда Трампа по случаю Дня независимости страны (2020 г.).

Протестующие выкрикивали лозунги против «рабства, геноцида и войны»
и «Америка никогда не была великой».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3Nur6W>

Профессиональные атрибуты, такие как судейская мантия или оружие полицейского, одновременно легитимируют власть и вызывают недоверие, особенно в условиях кризисов (вспомним протесты Black Lives Matter в 2020 году, когда полицейская форма стала символом репрессивной власти) (ил. 9).

Деконструкция традиционных ценностей и иерархий в условиях постмодернистских тенденций создала условия для переоценки знаков и их «властного» потенциала.



Ил. 9. Медийно инспирированные и поддерживаемые протесты движения Black Lives Matter (BLM) в Миннеаполисе (штат Миннесота, США) в конце мая 2020 года после смерти афроамериканца Джорджа Флойда.
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NrPdo>

Символы становятся все более многозначными, их смысл определяется динамикой культурного взаимодействия. Примером может служить образ Моны Лизы, который в классической культуре был воплощением идеала искусства, но в эпоху постмодернизма становится объектом бесконечных пародий, мемов и коммерческих интерпретаций. Анализ знаково-символических форм в таком ключе позволяет увидеть, что власть функционирует через культуру не только в прямых формах идеологического воздействия, а в скрытых механизмах игры со смыслами (ил. 10).



Ил. 10. Если бы Мона Лиза родилась на 500 лет позже, эти фотографии могли бы быть в её профиле в одной из популярных социальных сетей.

Интересно, что бы подумал об этих портретах Леонардо да Винчи...

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3Nus6n>

Классификации и иерархии смыслов периодически меняют и даже утрачивают свою стабильность, символы и знаки принимают различные значения в зависимости от социального контекста. Голливудские супергерои, в американской культуре выражающие миф о справедливости и победе добра, в других контекстах критикуются как символ «имперского» дискурса США. Такая подвижность порождает постоянную неопределенность, когда каждая репрезентация может быть истолкована по-разному, в зависимости от культурной практики и политического интереса (ил. 11).

В результате,

«знаковая система в постмодернизме становится многослойной и пронизанной перманентной диалектикой, что выдвигает понятие смысла как важнейшего компонента культурной динамики» [Кристева, 1997: 203].

Власть знака заключается не только в том, что он репрезентует реальность, но и в том, что он ее активно создает, причем множественно, фрагментарно и подчас скандально.



Ил. 11. Команда супергероев расправляется с врагами и дает понять, что на насилие всегда есть только один ответ – насилие!

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3Nusig>

Для того чтобы понять этот процесс необходимо обратиться к философским и культурологическим теориям, акцентирующим внимание на различии смысловой нагрузки и мысленного содержания. По мнению французского философа-постструктуралиста Жана-Франсуа Лиотара,

«в условиях постмодернизма возникает кризис метанарративов, а значит, и сам акт репрезентации становится подвержен разрушению традиционных связей между знаками и действительностью» [Лиотар, 1998: 126].

Это проявляется не только в философии, но и в массовой культуре. Так, «большие истории» о прогрессе и национальном величии утрачивают свою убедительность. Примером может служить падение «социалистического метанарратива» после распада

СССР, когда прежние символы власти (красный флаг, мавзолей Ленина) стали восприниматься как пустые формы. В качестве другой иллюстрации подобных процессов обратимся к феномену кризиса «американской мечты», критикуемой в кинематографе (от «Великого Гэтсби» до «Американской красоты») как разновидности утопического миф, скрывающего социальное неравенство.

Медиа и реклама: фабрика архетипов и массовых мифов

Вопрос о соотношении знаков и реальности, о том, как именно знаки представляют или искажают действительность, становится одной из ключевых проблем современной культуры. В рекламе, например, обещания «счастья» и «успеха» через потребление (Coca-Cola как «вкус жизни», Apple как «инновация») часто маскируют реальное производство и социальные отношения. В политике, это «визуальная война» между Северной и Южной Кореей, когда каждая сторона создает медиаобраз противника, очень далекий от реальности. В поп-культуре это культ «инфлюенсеров», чья жизнь в Instagram* (*запрещенная в России соцсеть; принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией решением Тверского районного суда города Москвы по гражданскому делу № 02-2473/2022 от 21 марта 2022 г.*) представляет собой тщательно отрежиссированный спектакль, почти не имеющий отношения к действительности.

Описываемый феномен особенно ярко проявляется в теории симулякров французского философа Ж. Бодрийяра, утверждавшего, что в постмодернистской культуре

«исчезает различие между вымыслом и реальностью»: «симулякр не скрывает истину, он скрывает, что ее нет» [Бодрийяр, 2016: 148].

Симулякры – это знаки, не имеющие исходного означаемого, например, персонажи Диснея (Микки Маус, Минни) не отсылают к реальному прототипу, но существуют как самодостаточные культурные коды. Так спортивные бренды (Nike, Adidas) не просто продают одежду, а транслируют мифологию успеха и силы, когда сама реальность «игры» подменяется рекламной эстетикой. В политике образ «героя нации» (будь то культ Че Гевары или селфи-имидж В. Зеленского) превращается в символ, существующий отдельно от реальных биографий и событий (ил. 12).



Ил. 12. Известный аргентинский футболист Лионель Месси является не только амбассадором бренда Adidas, но и живым доказательством того, как инновации помогают достигать высоких результатов на спортивных аренах, создают эмоциональную связь с аудиторией, транслируя мифологию успеха и силы.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NuuZ9>

Феномен виртуализации, когда реальность и ее симуляция становятся неразличимыми, ярко проявляется в массовых шоу и церемониях. На Олимпийских играх в Париже (2024) открытие и закрытие превратились в масштабное «виртуальное представление»: проекции на зданиях, цифровые образы, соединение реальных и CGI-персонажей. Здесь сама «реальность города» превратилась в декорацию глобального медиа-шоу, в котором зрители по всему миру воспринимали Париж скорее, как «экранный образ», чем как реальное физическое пространство (ил. 13).



Ил. 13. Открытие Олимпиады-2024 в Париже.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NrQdY>

В этой связи метафора «окон», которая впервые прозвучала в беседе итальянского писателя Фр.Альгаротти и лорда Ч.К.Балтимора, служит полезным инструментом для анализа современных массовых культурных практик:

«медиа открывают множество “окон” в разные миры, позволяя человеку подглядывать за другими культурами» [Альгаротти, 2014: 45].

Эффект «подглядывания» очевиден в TikTok, где пользователь за минуту может увидеть жизнь подростка из Бразилии, офис-менеджера из Японии и активиста из Африки, переживая чужие опыты как свои. По мнению американского социолога Д. Рисмена,

«в условиях перманентной виртуализации культуры и социальной реальности индивидуальная идентичность становится «извне-ориентированной», зависимой от внешних знаков и образов, создаваемых массовыми медиа и цифровыми технологиями» [Рисмен, 1993: 125].

Сегодня это повсеместно проявляется в «культуре селфи», где социальный статус определяется не реальными достижениями личности, а получаемыми лайками и комментариями в популярных социальных сетях. Скандалы вокруг «поддельной роскоши» (аренда частных самолетов для фото, поддельные бренды на инфлюенсерах) наглядно иллюстрируют, как виртуальные образы начинают определять идентичность сильнее, чем материальная реальность. В результате, современная идентичность становится сложным конструктом, в котором реальная самоидентификация индивида возможна лишь через процесс виртуализации: истинное «я» все чаще определяется его цифровыми представлениями (ил. 14).

В контексте современных социальных сдвигов симуляция становится ключевым объектом анализа, особенно в рамках постмодернистской теории, в которой она играет важную роль в формировании массового сознания.



Ил. 14. Студийные декорации, имитирующие салоны престижных частных лайнеров, используемые для фотографирования.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NrQtz>

Французский философ Л. Альтюссер в работе «Идеология и идеологические государственные аппараты» показал, что идеология действует скрытно, формируя субъекта с помощью системы символов, дискурсов и практик. [Альтюссер, 1970]. По его мнению, идеология «интерпеллирует» человека, то есть буквально «окликает» его, превращая в носителя определенной социальной роли. В итоге, люди не осознают, что их восприятие мира уже заранее структурировано символической системой, которая маскирует реальные механизмы власти.

Например, школьное образование, которое официально позиционируется как «объективное знание», на деле структурирует поведение учеников, закрепляя привычки подчинения и уважения

к авторитету. В медиа протесты часто изображают как угрозу стабильности, а не как выражение гражданской активности. Во многих зарубежных соцсетях алгоритмы намеренно формируют новостную ленту так, что пользователи получают «симулированную реальность», где популярные видео и мемы структурируют их восприятие мира, продвигая определенные ценности и модели поведения [Pariser, 2011].

Яркий пример подобного воздействия – это хештег-кампания #BlackLivesMatter, которая одновременно мобилизовала миллионы людей и была интерпретирована разными медиа как «социальный хаос» или «призыв к реформам», демонстрируя, как символы и визуальные образы интерпеллируют сознание аудитории. Даже мемы о политических событиях, например, реакции на твиты мировых лидеров, становятся инструментами формирования общественного мнения, закрепляя символическую власть цифровых платформ. В итоге симуляция в цифровой культуре превращается в мощный регулятор поведения и восприятия, где реальность и ее виртуальные репрезентации постоянно пересекаются (ил. 15).

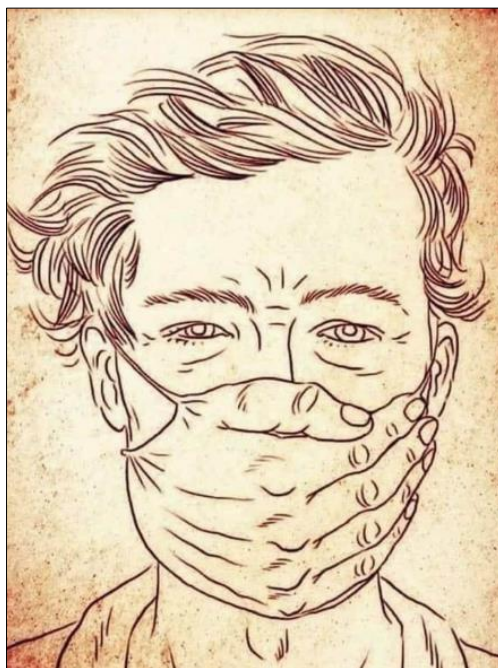
В условиях распространения цифрового общества символы становятся объектами множественных интерпретаций, поскольку один и тот же образ вызывает диаметрально противоположные реакции. Примером служит символ «маски», получивший массовое распространение во время пандемии COVID-19: для одних, она является знаком заботы и солидарности, а для других же, напротив, выступает символом принуждения и контроля.



Ил. 15. Мем, который служит наглядной метафорой для обсуждения критериев оценки эффективности политических и экономических решений, подчеркивая разрыв между ожидаемым и фактическим результатом. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NuwHM>

Также это проявляется, например, в том, как медиа обсуждают глобальные кризисы. Экономический спад подается как «техническая неизбежность», тогда как реальные социальные противоречия маскируются под язык «стабильности» и «реформ». Распространена и ситуация, когда военные операции обозначаются эвфемизмом «специальные миссии», что полностью меняет восприятие происходящего (ил. 16).

Одним из ярких проявлений этого процесса является использование знаков и символов в массовой культуре, особенно



Ил. 16. «Маска как способ подчинения» отражает идею о том, что маска является не только и не столько медицинским средством, сколько социальным маркером, подавляющим волю и критическое восприятие, делая человека более управляемым и готовым принять «новую нормальность». Популярное изображение времен пандемии на Twitter.com (запрещенная в России). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NuwiH>

в медийном пространстве. Швейцарский ученый и психотерапевт Карл Густав Юнг убедительно показал, что архетипы (универсальные символы коллективного бессознательного) продолжают активно жить в рекламе и кино. Архетип «героя» эксплуатируется в рекламных кампаниях Nike («Just do it»), а архетип «матери» используется брендами питания (Nestle, Danone), транслируя заботу и безопасность [Юнг, 2021]. В то же время архетип «трикстера» (персонажа, нарушающего правила) стал центральным в рекламе Pepsi, когда бунт и дерзость превращаются в товар. Такая эксплуатация архетипов формирует желания потребителей и создает иллюзию «свободного выбора», когда на деле речь идет о манипуляции бессознательным (ил. 17).



Ил. 17. Образ архетипа «Матери» символизирует безусловную заботу, питание, безопасность и принятие. Реклама французской продовольственной компании «Danone» активизирует энергию этого архетипа: продукт представляется не просто едой, а инструментом эмоциональной поддержки, своеобразной «заботой от матери».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3Nuyzi>

Игровые миры и иллюзия контроля

Технологии массовых коммуникаций создают новые формы символического воздействия, формируя симулятивную реальность. Голливудские блокбастеры типа «Avatar» или «Inception» предлагают миры, в которых зритель начисто забывает границу между «реальным» и «виртуальным». Видеоигры идут еще дальше, «World of Warcraft» или «Fortnite» превращаются в пространство, в котором игроки живут альтернативной жизнью, формируют социальные связи и идентичность, зачастую более значимую,

чем «офлайн» существование. Нередки случаи, когда игровая зависимость приводила к трагедиям, от банкротства семей из-за микротранзакций до случаев гибели людей в Азии, проводивших дни напролет в интернет-кафе. Здесь мы видим, как игра перестает быть развлечением и заслоняет собой весь мир, подменяя действительность симуляцией (ил. 18).



Ил. 18. Яркий пример эмоционального вовлечения ребенка в компьютерную онлайн-игру.
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NuyLx>

Дискурс и герменевтическое поле постмодерна

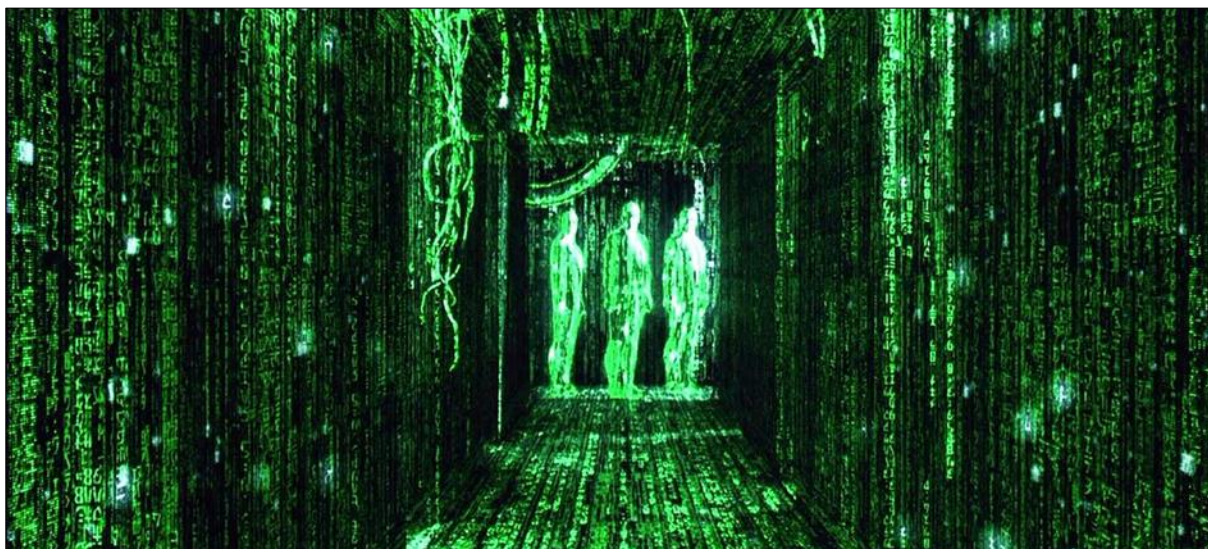
В этом контексте особое внимание следует уделить дискурсу как процессу воздействия на чувства, мысли и действия адресата. Язык – это центральный инструмент, с помощью которого власть фиксирует смыслы. Ханс-Георг Гадамер писал:

«Понимание никогда не бывает последним словом, оно всегда вовлечено в процесс постоянного диалога» [Гадамер, 1988: 295].

Этот «герменевтический круг» оборачивается тем, что смысл никогда не закрепляется окончательно, а всякий раз лишь возникает в пересечении спектра интерпретаций. Так, в публичных дискуссиях один и тот же лозунг («Make America Great Again») может восприниматься как символ национального возрождения или как маркер популизма и исключения. Таким образом, массовая культура, реклама, медиа и цифровые технологии превращаются в поле битвы за символы, в рамках которого бессознательные архетипы, идеологические конструкции и дискурсивные стратегии переплетаются, формируя новую симулятивную реальность.

Коды цифрового общества: от мемов до «Матрицы»

Современное информационное общество, с его множеством языков и знаковых систем, требует от человека способности воспринимать и интерпретировать информацию на основе различных кодов. Именно подобные коды регулируют доступ к различным информационным полям и потокам, а также существенно влияют на восприятие реальности. В фильме «Матрица» код буквально задает границы реальности, герой воспринимает мир не напрямую, а через символическую систему, заменяющую ему действительность. В повседневности аналогичный принцип работает через интерфейсы смартфонов и социальных сетей. Лайки, эмодзи и хэштеги становятся универсальными кодами коммуникации, без которых человек «выпадает» из современного культурного пространства (ил. 19).



Ил. 19. В культовом фильме «Матрица» код буквально задаёт границы реальности. Персонажи должны ориентироваться в мире цифровых данных, так же как мы ежедневно пользуемся Интернетом. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NuzCz>

В этом контексте коммуникация становится не только способом обмена информацией, но уже и процессом культурной самоидентификации. Каждый человек стремится встроить символы в свою личную социальную идентичность. К примеру, подростки создают свое «Я» в социальных сетях, повсеместно используя аватары, мемы и визуальные тренды, которые задают «код» их принадлежности к определенной субкультуре (ил. 20).

Дискурсивные практики в цифровом обществе порождают специфическое смысловое пространство, в котором символы и знаки взаимодействуют с различными слоями коллективного бессознательного и индивидуального опыта. В результате этого взаимодействия осуществляется процесс смыслообразования, старые значения вступают в диалог с новыми.



Ил. 20. Пример феномена множественной идентичности в современном цифровом обществе.
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NrSBH>

Как писал в этой связи отечественный ученый М. М. Бахтин:

«Даже прошлые, то есть рождённые в диалоге прошедших веков, смыслы никогда не могут быть стабильными (раз и навсегда завершёнными, конченными) – они всегда будут меняться (обновляясь) в процессе последующего, будущего развития диалога» [Бахтин, 2007: 373].



Ил. 21. Кричащая статуя в Италии стала героиней многочисленных мемов и фотожаб. В статуе с открытым ртом пользователи сети Reddit увидели и воплощение картины норвежского художника Эдварда Мунка, и британского актёра Бередикта Камбербетча, а также множества других известных персонажей.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NuzQp>

Использование образов античности (например, греческих статуй) в современной рекламе одежды или в мемах превращает классическое культурное наследие в инструмент ироничной игры, утрачивая изначальный сакральный смысл (ил. 21).

Техногенная культура и трансформация ценностей

Развитие культуры и социальных связей напрямую зависит от доминирующей коммуникационной среды в ту или иную эпоху. Сегодня цифровые технологии радикально изменили способы обработки и понимания информации. Искусственный интеллект анализирует данные и конструирует новые культурные тексты (например, сгенерированные изображения или музыка), что меняет саму структуру искусства.



Ил. 22. Трансляция проповедей в иммерсивной среде метавселенных.
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3Nv2Kg>

В свою очередь,

«техногенные культуры не ограничиваются только наукоемкими областями и оказывают экспансивное влияние на другие культуры, не связанные напрямую с высокими технологиями, что подтверждается широким проникновением технологий в искусство, образование и даже религию» [Степин & Кузнецова, 1994: 35].

Указанные процессы затрагивают даже религию, онлайн-церкви и VR-молитвы создают новые формы духовного опыта, когда «цифровой обряд» заменяет традиционное участие в литургии (ил. 22).

Экран как новая социокультурная реальность

В условиях глобальной цифровизации знаковое воздействие усиливается благодаря интернету и массмедиа. Культурные продукты (фильмы, телешоу, реклама) создают специфическое восприятие у человека, погруженного в знаково-символический мир. Снова вернемся к церемонии открытия Олимпиады в Париже (2024), которая была построена на игре символов от культурных аллюзий на французское наследие до цифровых проекций, которые превращали спорт в зрелищное медиашоу. Для миллионов зрителей экранный образ события стал более значимым, чем его реальное физическое присутствие.

«Погружение в этот мир способствует перестройке перцептивного аппарата и различные социальные и культурные явления приобретают одинаковый статус, а реальность становится конструируемой посредством медийных образов и символов» [Коулдри & Хенн, 2017: 26],

что, в свою очередь, порождает трансформацию социального времени и пространства, поскольку экранные образы задают новые социальные нормы и стереотипы поведения.

Символы: самостоятельная ценность или же ресурс власти?

Одним из важнейших аспектов современной культуры является неуклонное возрастание социокультурной и политической роли знаково-символического поля. Массовая культура создает потребность в символах, наделяя их особой ценностью. Здесь особенно показателен анализ Р. Барта в книге «Мифологии», где он продемонстрировал, как повседневные объекты (реклама, спорт, кино) превращаются в мифы, скрывающие реальные социальные отношения [Барт, 2010]. Например, реклама автомобиля изображает его не уже не столько как техническое средство передвижения, но как «символ свободы» и «престижа», формируя идентичность потребителя (ил. 23).



Ил. 23. Популярный британский киноактер Бенедикт Камбербэтч в 2015 году снялся в рекламе автомобиля MG Motors, олицетворяя собой свободу и престиж.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3Nv2Uq>

Символы активно начинают превращаться из простых «средств» в самодостаточные «цели», обретая самостоятельную силу. Кроссовки Nike или iPhone становятся значимыми не из-за функционала, а из-за символического капитала бренда. Ж. Бодрийяр писал:

«В современном мире мы потребляем не столько сами вещи, сколько знаки, символы и значения, которые эти вещи несут»
[Бодрийяр, 2006: 96].

В результате, современные товары ценятся не столько за практическую полезность, сколько за их культурно-символическую значимость. В этом контексте постиндустриальное общество породило своеобразную зависимость потребителей от знаков и образов, которые начинают оказывать «наркотическое» влияние на массовое сознание. Сами объекты, будь то товары или культурные артефакты, начинают цениться не за их практическую полезность, а за их информационную и культурно-символическую значимость (ил. 24).



Ил. 24. На фото представлен один из парадоксов цифровой современности, когда ценность предмета определяется не его полезностью, а сформированным социальным мифом...

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://clck.ru/3Nv4JW>

Процессы символизации активно охватывают не только материальные объекты, но и сферу духовной культуры. Традиционные духовные ценности (вера, мораль, искусство) начинают восприниматься сквозь призму их знаково-символического содержания. Современная культура ценит как качество, так и разнообразие символических кодов, что делает знаково-символическое восприятие центральным элементом культурной практики. Например, в искусстве и религии на первый план выходят не только идеи, но и их визуальные, символические интерпретации, которые формируют новые способы восприятия духовных ценностей. В свою очередь,

«процесс культурной глобализации приводит к трансформации традиционных культурных кодов, что делает их универсальными и доступными для широких слоев населения» [Бергер & Хантингтон, 2004: 164].

Цифровые инсталляции в соборах или VR-реконструкции библейских сцен превращают религиозный опыт в медиасобытие. Глобализация усиливает этот процесс, культурные коды становятся универсальными.



Ил. 25. Культура К-поп в новостях США и Великобритании.
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3NrSjg>

Сегодня мы наблюдаем, как корейская поп-культура (K-pop) (ил. 25) задает новые стандарты стиля и поведения по всему миру, превращая локальные символы в глобальные.

Перспективы символизации власти, или вместо заключения

Таким образом, проведенное нами исследование позволяет сформулировать ряд ключевых положений, значимых для понимания властных механизмов культуры в условиях информационного общества.

Во-первых, современная культура в значительной степени опирается на информационно-коммуникационные технологии, которые не усиливают ее воздействие, но и радикально меняют его характер. Телевидение, интернет, социальные сети и цифровые платформы превращаются в мощные инструменты конструирования и трансляции смыслов, задающие эмоциональные реакции и мотивационные ориентиры, формируя у человека определенные модели поведения. Механика «лайков» и алгоритмические ленты социальных сетей оказывают прямое влияние на повседневные решения людей, от потребительских привычек до политических предпочтений.

Во-вторых, выявляется парадоксальная природа культурной власти. С одной стороны, культура как пространство творчества и самовыражения человека может служить источником свободы и личностного развития. С другой, ее продукты, становясь массовыми (фильмы, музыка, литература, интернет-контент и т. д.), превращаются в мощные инструменты социального контроля.

Глобальные франшизы вроде «Marvel» или «Star Wars» развлекают и транслируют универсальные мифологемы, формируя у аудитории стандартизированные представления о героизме, справедливости или насилии. Тем самым культура выступает не просто зеркалом общества, но и механизмом нормативного диктата.

В-третьих, каждая культура формирует собственный знаково-символический язык, который становится основой для интерпретации реальности. В цифровую эпоху этот язык приобретает новые формы: эмодзи, мемы, хэштеги, визуальные тренды становятся универсальными средствами коммуникации, с помощью которых конструируются виртуальные сообщества со своей системой ценностей. Так движение #MeToo продемонстрировало, как один цифровой символ (хэштег) способен мобилизовать миллионы людей по всему миру, трансформируя социальные нормы и политический дискурс.

В-четвертых, усиливающееся знаково-символическое воздействие культуры настоятельно требует не только элементарной фиксации, но и критического осмысления. В условиях цифрового общества символическая власть способна объединять и манипулировать массовым сознанием, подменяя реальность ее медийными репрезентациями. Сетевая культура активно формирует «эстетику успеха» и «образ идеальной жизни», что порождает психологическое давление и кризисы идентичности у пользователей.

Исходя из этого, важно, чтобы культурная политика и система образования непременно учитывали двойственную природу современной символической культуры. Необходимо формировать

у людей способность к критическому восприятию медийных образов, развивать навыки медиаграмотности и символической интерпретации. Только в этом случае современная культура сможет сохранить свою функцию самовыражения и творчества, не рискуя превратиться исключительно в инструмент управления и манипуляции.

Литература

- Альгаротти, Ф. (2014). *Путешествие в Россию*. Санкт-Петербург: Наука.
- Альтюссер, Л. (1976). *Идеология и идеологические аппараты государства (заметки для исследования)*. Париж: Les Éditions sociales.
- Антонов, Б. А. (2019). Правовая система Германии 1933–1945 гг.: мышление в категориях конкретного порядка. *Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Экономика. Управление. Право*, 2, 128–146. <https://doi.org/10.28995/2073-6304-2019-2-128-146>
- Ассман, Я. (1999). *Египет: теология и благочестие ранней цивилизации*. Москва: Присцельс.
- Барт, Р. (2010). *Мифологии*. Москва: Академический проект.
- Бахтин, М. М. (2007). К методологии гуманитарных наук. *Эстетика и теория искусства XX века* (стр. 368–381). Москва: Прогресс-Традиция.
- Бергер, П., & Хантингтон, С. (ред.). (2004). *Многоликая глобализация: культурное разнообразие в современном мире*. Москва: Аспект Пресс.
- Бодрийяр, Ж. (2006). *Общество потребления: его мифы и структуры*. Москва: Республика, Культурная революция.
- Бодрийяр, Ж. (2016). *Симулякры и симуляции*. Москва: Постум.
- Витгенштейн, Л. (1993). *Человек и мыслитель*. Москва: Прогресс.
- Гадамер, Х.-Г. (1988). *Истина и метод: основы философской герменевтики*. Москва: Прогресс.
- Иванов, А. Г. (2017). *Социальная мифология и её роль в развитии общества: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора философских наук: 09.00.11*. Воронеж: Воронежский государственный университет.
- Карлейль, Т. (1937). *Французская революция: история*. Москва: Мысль.
- Кассирер, Э. (2002). *Философия символических форм: в 3 т. Т. 1: Язык*. Москва, Санкт-Петербург: Университетская книга.

- Комлев, Н. Г. (2006). *Словарь иностранных слов: более 4500 слов и выражений*. Москва: ЭКСМО-Пресс.
- Кристева, Ю. (1997). От одной идентичности к другой. *От Я к Другому: сборник переводов по проблемам интерсубъективности, коммуникации, диалога* (стр. 254–275). Минск: Менск.
- Лиотар Ж.-Ф. (1998). *Состояние постмодерна*. Москва, Санкт-Петербург: Институт экспериментальной социологии, Алетейя.
- Литвинова, М. В., Кибалко, О. В., & Вереитинова, Т. Ю. (2019). Культурологические подходы к определению взаимодействия понятий «праздник» и «миф». *Наука. Искусство. Культура*, 2(22), 13–25.
- Маленко, С. А., & Некита, А. Г. (2023). "Забороведение" Валерия Савчука: размышления о пределах цивилизации и возможностях человека. *Вопросы философии*, 2, 60–67. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2023-2-60-67>
- Рисмен, Д. (1993). Некоторые типы характера и общество. *Социологические исследования*, 3, 121–129.
- Соссюр, Ф. (1977). *Труды по языкознанию*. Москва: Прогресс.
- Степин, В. С., & Кузнецова, Л. Ф. (1994). *Научная картина мира в культуре техногенной цивилизации*. Москва: ИФ РАН.
- Тагор, Р. (2005). *Дочь Ганга*. Москва: АСТ-Пресс книга.
- Хилханов, Д. Л., & Хилханова, Э. В. (2021). Проблемы трансформации культурных кодов в цифровую эпоху. *Цифровая гуманитаристика: человек в «прозрачном» обществе* (стр. 111–120). Москва: Книгодел.
- Хобсбаум, Э. (1998). *Нации и национализм после 1780 года*. Санкт-Петербург: Алетейя.
- Шеллинг, Ф. (1989). Введение в философию мифологии. *Шеллинг, Ф. Сочинения: в 2 т. Т. 2* (стр. 159–374). Москва: Мысль.
- Щеглов, Ю. К. (2009). *Романы И. Ильфа и Е. Петрова: спутник читателя*. Санкт-Петербург: Издательство Ивана Лимбаха.
- Юнг, К. Г. (2021). *Человек и его символы*. Москва: Медников С.Б.
- DiResta, R. (2022). Maria Ressa and Renée DiResta on combating disinformation. *Reneediresta.com: website*. Available at: <https://www.reneediresta.com/about/> (accessed: 29.08.2025).
- Donegan, M. (2022, March 25). Zelenskiy wants to shame the west into action. Will it work? *The Guardian*. Available at: https://www.realclearpolitics.com/2022/03/17/zelensky_wants_to_shame_us_into_action_will_it_work_565436.html (accessed: 29.08.2025).
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press. Available at: <https://archive.org/details/filterbubblewhat0000pari> (accessed: 29.08.2025).

Информация об авторе

Сорокопуд Мария Сергеевна – кандидат философских наук, старший научный сотрудник отделения организации научно-исследовательской работы научно-исследовательского отдела. Белгородский юридический институт МВД России им. И. Д. Путилина (308024, Белгород, ул. Горького, 71), ORCID 0009-0003-8112-1962, azarimariya@yandex.ru

SO WHO REALLY RULES REALITY? SYMBOLIC MECHANISMS OF IMPLEMENTATION OF POWER IN THE INFORMATION SOCIETY

Mariya Sorokopud

Abstract. The article examines the role of the sign-symbolic apparatus of culture in a modern digital society, within which communication and media cease to be just channels for transmitting information, turning into tools for influencing and managing attention. In the era of global virtualization, symbols and images acquire an independent ontological status, since they not only reflect reality, but also actively create its new, simulative forms. This is where the power potential of culture manifests itself: with the help of signs and codes, mass consciousness is directed and structured, forming behavior patterns, value guidelines and social identities. The author shows how the media, advertising, the film industry and digital platforms create an "industry of impressions", a space in which experiences and emotions become the main resource of power drawing on the ideas of J.-F. Lyotard on the crisis of metanarratives, J. Baudrillard on simulacra and C.-G. Jung on the role of archetypes in the collective unconscious. Symbolic constructions set the content of mass culture and the rhythm of social life, replacing direct experience with virtual images. As a result, it is emphasized that understanding the mechanisms of symbolic influence becomes the key to understanding modern culture, in which the struggle of ideas shifts to the sphere of visual codes and signs, and critical perception turns into an indispensable condition of cultural and personal freedom.

Keywords: digital society, symbol, sign, culture, representation, identity, media, power, politics, mass media, communication.

References

- Algarotti, F. (2014). *Journey to Russia*. St. Petersburg: Nauka. (In Russian).
- Althusser, L. (1976). *Ideology and ideological apparatuses of state*. Paris: Les Éditions sociales Publ. (In Russian).
- Antonov, B. A. (2019). The legal system of Germany in 1933–1945: mentality in the categories of a concrete order. *RGGU Bulletin. Series "Economics. Management. Law"*, 2, 128–146. (In Russian).

- Assmann, J. (1999). *Egypt. Theology and piety of an early civilization*. Moscow: Priscels Publ. (In Russian).
- Bakhtin, M. M. (2007) On the methodology of the humanities. *Aesthetics and theory of art of the 20th century: a reader* (pp. 368–381). Moscow: Progress-Tradition Publ. (In Russian).
- Bart, R. (2010). *Mythologies*. Moscow: Academic Project Publ. (In Russian).
- Baudrillard, J. (2006). *The consumer society*. Moscow: Republic, Cultural Revolution Publ. (In Russian).
- Baudrillard, J. (2016). *Simulacra and simulations*. Moscow: Postum Publ. (In Russian).
- Berger, P., & Huntington, S. (2004). *Multifaceted globalization: cultural diversity in the modern world*. Moscow: Aspect Press. (In Russian).
- Carlyle, T. (1937). *The French Revolution*. Moscow: Mysl Publ. (In Russian).
- Cassirer, E. (2002). *The philosophy of symbolic forms. Vol. 1: Language*. Moscow: University Book Publ. (In Russian).
- DiResta, R. (2022). Maria Ressa and Renée DiResta on combating disinformation. *Reneediresta.com: website*. Available at: <https://www.reneediresta.com/about/> (accessed: 29.08.2025).
- Donegan, M. (2022, March 25). Zelenskiy wants to shame the west into action. Will it work? *The Guardian*. Available at: https://www.realclearpolitics.com/2022/03/17/zelensky_wants_to_shame_us_into_action_will_it_work_565436.html (accessed: 29.08.2025).
- Gadamer, H.-G. (1988). *Truth and method. fundamentals of philosophical hermeneutics*. Moscow: Progress Publ. (In Russian).
- Hobsbawm, E. (1998). *Nations and nationalism since 1780*. St. Petersburg: Aletheia Publ. (In Russian).
- Ivanov, A. G. (2017). Social mythology and its role in the development of society [Abstract of Doctoral Dissertation]. Voronezh. (In Russian).
- Jung, C. G. (2021). *Man and his symbols*. Moscow: Mednikov S.B. Publ. (In Russian).
- Khilkhanov, D. L., & Khilkhanova, E. V. (2021). *Problems of the Transformation of Cultural Codes in the Digital Age*. Moscow: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences Publ. (In Russian).
- Komlev, N. G. (2006). *Dictionary of foreign words: more than 4,500 words and expressions*. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian).
- Kristeva, Yu. (1997). From one identity to another. from the self to the other. Minsk: Minsk Publ. (In Russian).
- Litvinova, M. V., Kibalko, O. V., & Veretina, T. Yu. (2019). Cultural approaches to defining the interaction of the concepts of "holiday" and "myth". *Science. Art. Culture*, 2(22), 13–25. (In Russian).
- Lyotard, J.-F. (1979). *The state of postmodernity: understanding with scientists*. Paris: Minuit Publ. (In Russian).
- Malenko, S. A., & Nekita, A. G. (2023). Valery Savchuk's "Zaborovedenie": reflections on the limits of civilization and human capabilities. *Voprosy Filosofii*, 2, 60–67. (In Russian). <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2023-2-60-67>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press.

- Riesman, D. (1993). Some types of character and society. *Sociological Research*, 3, 121-129. (In Russian).
- Saussure, F. (1977). *Works on linguistics*. Moscow: Progress Publ. (In Russian).
- Schelling, F. (1989). *Introduction to the philosophy of mythology*. Moscow: Mysl Publ. (In Russian).
- Shcheglov, Yu. K. (2009). *Novels by I. Ilf and E. Petrov. A reader's companion*. St. Petersburg: Ivan Limbakh Publ. (In Russian).
- Stepin, V. S., & Kuznetsova, L. F. (1994). *The scientific picture of the world in the culture of the technogenic civilization*. Moscow: Progress Publ. (In Russian).
- Tagore, R. (2005). *The daughter of the Ganges*. Moscow: AST-Press. (In Russian).
- Wittgenstein, L. (1993). *Man and the thinker*. Moscow: Progress Publ. (In Russian).

Author information

Sorokopud Maria Sergeevna – Candidate of Philosophy, senior researcher at the research department of the research organization department. Putilin Belgorod Law Institute of Ministry of the Interior of Russia (71 Gorky St., Belgorod, 308024, Russia), ORCID 0009-0003-8112-1962, azarimariya@yandex.ru

For citation:

Sorokopud, M. S. (2025). So who really rules reality? Symbolic mechanisms of power implementation in the information society. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(12), 232-282. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2025-3\(12\)-232-282](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2025-3(12)-232-282)