

**МЕДИАТИЗАЦИЯ
В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ:
КОММУНИКАТИВНЫЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ
АСПЕКТЫ**

С. В. Воробьева

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь,
cherbourg@mail.ru*

Медиатизация меняет коды репрезентации и восприятия реальности. В результате значение и смысл событий, индивидуальная и групповая идентичность становятся кроссовыми коммуникативными структурами – многофакторными сегментами пересечений в частично или вовсе неконтролируемых бесконечных потоках информации. Решение проблем медиатизации обусловлено соизмеримостью ее процессов и конструктов с культурой. Цель статьи – уточнение представлений о границах культурной безопасности медиатизации в коммуникативных и институциональных аспектах. Ценность результатов исследования заключается в углублении понимания медиатизации в контексте культурной безопасности и разграничении коммуникативного и институционального полей аргументации. Полученные результаты применимы в исследованиях коммуникативных и институциональных аспектов медиатизации.

Ключевые слова: пространство самосознания культуры; медиативная идентичность; эскапизм и эпатаж; культурный инжиниринг, мем; культурная безопасность; медиатизация.

**MEDIATIZATION IN THE CONTEXT
OF CULTURAL SECURITY:
COMMUNICATIVE AND INSTITUTIONAL ASPECTS**

S. V. Vorobyova

*Belarusian State University,
4, Nezavisimosti Av., 220030, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: S. V. Vorobyova (cherbourg@mail.ru)*

Mediatization is changing the codes of representation and perception of reality. As a result, the significance and meaning of events, individual and group

identities become crossover communicative structures – multifactorial segments of intersections in partially or completely uncontrolled infinite flows of information. The solution to the problems of mediatization is due to the commensurability of its processes and constructs with culture. The purpose of the article is to clarify the ideas about the boundaries of the cultural security of mediatization in communicative and institutional aspects. The value of the research results lies in deepening the understanding of mediatization in the context of cultural security and delimiting the communicative and institutional fields of argumentation. The results are applicable in studies of the communicative and institutional aspects of mediation.

Key words: self-awareness space of culture; mediative identity; escapism and shocking; cultural engineering; meme; cultural security; mediatization.

Культурная безопасность определяется динамическим равновесием между изменениями в культуре, отклонениями от общепринятых норм и тождеством культуры, подразумевающим ее сохранность. Поэтому сущностные аспекты медиатизации зависят от интерпретации культурной безопасности, цель которой заключается в актуализации необходимых пространственно-временных мест самосознания культуры [1] – территорий, зон и границ пересечения медиативных процессов и конструктов с социальными процессами и миром повседневности. Они обнаруживаются в контактах с иным как непонятым или чуждым. Территории представляют собой предметно-смысловые пространства, границы которых поддерживаются семиотическими ресурсами культуры. Зона формируется на основе общих признаков, выражаемых, например, посредством предикторов «внимание», «интерес», «потребность» или «действие». Границы территорий и зон производны от скрытого культурного влияния языка. Индивид или социальная группа сами приводят себя в ситуацию, в которой находятся, или к чувству, которое переживают благодаря механизмам самосознания культуры [2, с. 239].

Культурная безопасность медиативных процессов и конструктов сопряжена с различием коммуникативных и институциональных аспектов медиатизации. В коммуникативном аспекте, подразумевающим формирование связей с целью сообщения или обмена информацией, пространственно-временные места самосознания культуры образуются автономно. В них преобладают экзистенциальные ракурсы обнаружения Я в Другом, вытекающие из необходимости самоопределения индивида или социальных групп. Киберпространство как реальность

медиатизации предоставляет реализовать себя любому, и не всегда интеллектуальным путем. В результате медиативная идентичность, складывающаяся на кросс-культурных пересечениях, все в большей степени становится зависимой от визуально-эмоционального конструирования и правополушарного мышления, не сопряженного с понятийно-вербальным смысловым конструированием и работой доминирующего левого полушария (у правшей). Например, основополагающим становится «принцип Инстаграма – картинка без комментария, автореферентная презентация Selfie», образующая контекст повседневной жизни [3, с. 12]. Поток образов способствует распространению радикальных эскапистских или эпатажных практик. Эскапистские практики вытекают из нереализованности личности, заключающейся в одновременном уходе от себя и от общества [4, с. 270]. Противоположные им эпатажные практики – девиации, совершаемые с целью привлечения внимания, – становятся возможными не как следствие отрицания культурных коммуникативных норм, а как отсутствие пространственно-временной привязки к ним.

В институциональном аспекте организационно закрепляются новые коммуникативные социальные отношения, в которых содержательно или формально фиксируются видоизмененные территории, зоны и границы культурной рефлексии. В частности, стандартизация и стереотипность в политической медиатизации, в которых часто обвиняют СМИ, но которые позволяют очертить зону смысла и сдерживать границы коннотаций, – это не всегда зло. Напротив, в базовом процессе политической медиатизации – политической медиации – всегда проявляется идеология расчетливого субъекта, опосредованно проводящего и отстаивающего свои интересы. Медиатизация образования должна решать вопросы синхронизации существования индивида в медиативной реальности и преодоления не критического восприятия им действительности. Последнее обусловлено отсутствием аналитических навыков, пассивностью сознания и неспособностью к оценкам окружающего мира вследствие несформированных представлений о гуманитарных ценностях. Сложность формирования ценностных ориентаций связана, например, с размыванием границ между просветительскими и гедонистическими ценностями [5, с. 72]. Синхронизация медиативного и реального существования предполагает наличие критериев культуры в качестве маркеров преодоления спонтанности мышления, чувств и поведения, например, критериев истины, красоты и блага [6, с. 110–111].

Целесообразность институционализации определяется не защитой культуры, а культурным инжинирингом, основанным на понимании новых условий жизни и социализации личности [7, с. 100] и предполагающим переход к событийной динамической онтологии [8, с. 5]. Культурный инжиниринг предполагает экспертизу и оценку, в частности рисков идентификации, связанных с нарушением синхронизации с новым пространством или временем, когда свое становится чужим, а чужое своим. Посредством культурного инжиниринга открытое пространство может обрести контуры территорий со своими зонами и границами когерентности значений и смыслов своего и чужого опыта. Например, разногласия в медиации преодолеваются посредством устранения асинхронных интенций между агентами аргументации [9]. В геобрендинге как маркетинге территорий разрабатываются стратегии повышения их способности к конкуренции с учетом пространственно-временных рамок человеческого опыта, «амбивалентности мобильных пространственных конфигураций и эфемерности личного выбора» [10, с. 9, 15, 30]. В антикризисных коммуникациях нейтрализуются или предотвращаются неблагоприятные события [11, с. 232].

Логику культурного инжиниринга в медиатизации составляют когнитивные механизмы самосознания культуры – качественные (метафора и метонимия) и их количественные корреляты (гипербола и литота), влияющие на выбор, ранги и комбинации культурных образов и значений. Большая их часть транслируется через язык коммуникаций и не пережита в личном опыте, но участвует в формировании индивида как телесного и деятельно-сознательного существа, определяя его когнитивные рамки, например, границы удобства, полезности, успешности, разумности или ответственности. В частности, медиатизация чувственной телесности, в которой доминирует визуальная чувствительность, влияет на медиатизацию сознания, сдерживая повышение порога чувствительности к вербальным конструктам. Территория или зона, привязанная к визуальным образам, не способна выдержать перегрузки словом. В этом случае радикальными границами визуального пространства, в пределах которого становится возможным самосознание культуры, выступают, с одной стороны, метафорический синкретический сюрреализм, с другой, – метонимическое детализирование (пространственный кубизм), которые сопряжены с крайним преувеличением одних сторон жизни и крайним преуменьшением других.

В целом культурная инженерия как итог расчетов и сопряжений должна осуществляться в определенной системе координат с небольшим числом измерений. Например, мем как единица культурной информации и культурного смысла [12] имеет пространственное место, детерминированное вербальными / визуальными, персональными / ситуативными и иными координатами, а также их пересечениями. Репликации мема, а также диагностика их вирусного потенциала, т. е. инфицирования сознания и влияния на поведение людей, невозможны вне пространственных мест самосознания культуры. Поэтому логика культурного инжиниринга подразумевает, во-первых, разграничение теоретических абстракций, надстроенных над самосознанием культуры, и самим самосознанием, во-вторых, различение зон спонтанности / рациональности, стихийности / управляемости, постоянства / изменчивости в коммуникациях, в-третьих, разработку диагностического и экспертного инструментария для определения необходимых корректур. Допустим, в риторике бренда репликационные ресурсы мема и его прививочные свойства предопределены границами культурной рефлексии, устанавливающей принадлежность к территории смысла посредством аллюзии к известным явлениям или событиям.

Таким образом, медиатизация в контексте культурной безопасности представляет собой актуализацию пространственно-временных мест самосознания культуры. Привязанность к ним посредством культурных механизмов обеспечивает синхронизацию рассогласованных разнонаправленных тенденций. Методологически важно различать коммуникативные и институциональные аспекты стратегий синхронизации. Коммуникативные аспекты медиатизации обусловлены необходимостью самоопределения (самоидентификации), институциональные аспекты – организационно закрепляют территории, зоны и границы культурной рефлексии. Дефицит механизмов синхронизации преодолевается посредством культурного инжиниринга, выявляющего диспропорции и асинхронные рекомбинации кодов чувственного и рационального познания, пережитого и заимствованного опыта, своей и чужой культуры.

Библиографические ссылки

1. Узлова Н. В. Культурная безопасность как один из факторов устойчивого развития // Общество: философия, история, культура. 2016. № 12. С. 164–166.

2. *Воробьева С. В.* Язык как форма присутствия сознания в культуре и индивидуальной жизни // Религия и письменность как факторы формирования славянской культуры. Сборник докладов XXIII международных Кирилло-Мефодиевских чтений. Минск : ООО «Позитив-центр», 2018. С. 239–242.
3. *Хорошилов Д. А.* Оцифрованный разум: медиатизация социального познания в культуре, науке и искусстве // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 4. С. 9–22.
4. *Белов В. И.* Эскапизм: причины, функции и границы // Инновационная наука. 2017. Вып. 3 (1). С. 270–275.
5. *Литвинцева Г. Ю.* Факторы влияния медиатизации общества на развитие культуры личности // Современная наука: теории и практики. Сер. Гуманитарные науки. 2019. № 6. С. 70–74.
6. *Узлова Н. В.* Культурная безопасность в контексте категорий «истина», «красота», «благо» // Культура и антикультура: истина и заблуждение. Красота и благо / науч. ред. Л. Н. Захарова, Л. Н. Шабатура. Тюмень : ТИУ, 2018. С. 110–117.
7. *Тульчинский Г. Л.* Цифровизация и социально-культурный инжиниринг // Философские науки. 2018. № 6. С. 100–108.
8. *Герасимов С. В.* События как семантическая основа конструирования реальности: перспективы перехода к динамической онтологии // Слово.ру: балтийский акцент. 2018. Т. 9. № 3. С. 5–24.
9. *Воробьева С. В.* Медиация как дискурсивная практика: аргументационные аспекты // Профессиональная коммуникативная личность в институциональных дискурсах: тез. междунар. круглого стола, Минск, 22–23 марта 2018 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: О. В. Лушинская (отв. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2018. С. 29–32.
10. *Маккуайр С.* Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / пер. с англ. М. Коробочкина. М. : Strelka Press, 2014. 392 с.
11. *Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д.* Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2005. 384 с.
12. *Докинз Р.* Эгоистичный ген. М. : Corpus, 2017. 512 с.