

ФЕНОМЕН КУЛЬТУРНОЙ МЕДИАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

PHENOMENON OF CULTURAL MEDIATION IN MODERN SOCIETY

Д. С. КИРИЧЕНКО
D. S. KIRYCHENKA

*Белорусский государственный университет
факультет социокультурных коммуникаций
ул. Курчатова, 5, 220108, Минск, Республика Беларусь
e-mail: dariamikhailava@gmail.com*

В статье рассматривается сущность феномена культурной медиации в современном обществе, ее формы, сферы практического применения. Отдельное внимание уделяется факторам, актуализирующим роль медиаторских практик.

The article is dedicated to the essence of the phenomenon of cultural mediation in modern society, its forms, areas of practical application. Special attention is paid to factors that actualize the role of mediation practices.

Ключевые слова: культурная медиация; межкультурная коммуникация; культурные искажения; глобализация.

Keywords: cultural mediation; intercultural communication; cultural distortions; globalization.

В процессе жизни человек проходит этапы социализации, аккультурации, включения в локальные сообщества. Таким образом обретается идентичность, человек принимает определенные образцы мышления и поведения, начинает себя с ними соотносить. Тем не менее прохождение подобного пути сопряжено с множеством когнитивных препятствий. Это зависит и от внутриобщественных искажений, вариативности в трактовке культурных феноменов, и от влияния локальной медиасреды. Чтобы являться членом современного глобального мира, недостаточно пройти локальную социализацию, необходимо мультикультурное образование, знакомство с «иным», навык межкультурного взаимодействия, преодоление внутренних культурных противоречий и собственных ограничений. Культурная медиация, в свою очередь, призвана стать посредником между личностью и культурными феноменами.

Термин «медиация» пришел в сферу культуры из экономической и административной среды. Под медиатором понимается посредник, третья сторона, которая должна предложить пути разрешения разногласий между компанией и клиентами. Таким образом, занимая нейтральную, позицию медиатор разрешает конфликт.

Во второй половине XX в. понятие медиации начинает активно использоваться в культурной сфере. Можно сказать, что в данном контексте медиатор представлялся преимущественно как амбассадор некой культурной институции, чаще всего музея. Именно в музейной практике медиация обрела свою новую актуальность. Вместе с тем, отмечая определенный синкретизм множества сфер общественного бытия (культурной, политической, научной), мы находим фигуру медиатора необходимой в контексте почти каждого социального института. Сам концепт медиатора – посредника становится все более актуальным. При этом, говоря о медиации в сфере культуры, необходимо

провести различие с другими посредническими практиками, например, с культурной анимацией, образованием или медиацией в сфере искусства. Культурная медиация существует на стыке культурной и социальной сфер, связывая и создавая новые контексты между политикой, культурой и общественным пространством.

Медиация охватывает широкий спектр практик, позволяющих не только модерировать взаимодействие мира культурных феноменов и социума, но и вовлекать общественность в культурный и межкультурный дискурс, предлагая каждому сформировать чувство собственной культурной идентичности и стать осознанным участником культурно-социального дискурса. Подобное посредничество ставит перед собой не просто задачи просвещения и образования, а именно взаимодействия со средой и обществом с целью преодоления противоречий и когнитивных конфликтов между культурными контекстами и частным восприятием индивидов.

Рассмотрим факторы, которые способствуют актуализации медиации в сфере культуры сегодня. Во-первых, это феномен медиатизации. Цифровизация жизни человека привела к тому, что становится все сложнее жить обособленно, невовлеченно в общую культурную, социальную, новостную повестку. Это связано с такими явлениями, как общество потребления, медиакультура, массовая культура, зависимость экономики от культурных факторов, проблема включения определенных социальных групп. Качество жизни человека начинает зависеть от множества новых контекстов, поэтому возникает необходимость определенного ориентира, проводника в этом вихре образов.

Во-вторых, образ медиатора актуализирует глобализация. Отмеченные выше массовизация и медиатизация культуры создают впечатление общего культурного контекста. Рядом с национальной культурой наравне, а может, и выступая вперед, стоит культура коммерческая. С одной стороны, это фактор позитивного характера. Массовая культура аккумулирует множество тем, образов, архетипов, которые понятны большинству и создают чувство общности. Причем, содержание массовой культуры сегодня межнационально: это своеобразная система наиболее успешно «работающих» элементов, собранных из разных национальных контекстов. Например, День Патрика уживается рядом с латиноамериканским Днем мертвых, суши рядом с пиццей, Рагнарек тибетским монашеством, высокие технологии рядом с аутентичной африканской культурой.

Тем не менее, содержание глобализации включает определенные противоречия, которые можно охарактеризовать как искажения культурной идентичности. Первым искажением может стать *обезвреживание*. Несмотря на то, что мы наблюдаем некую общность множества мультикультурных образов, как правило, они аккумулируются в рамках западной культурной индустрии. Тренд на продвижение «неамериканского» контента отчетливо наблюдается сегодня в креативной индустрии Голливуда, тем не менее, взгляд на этот контент исходит как бы сверху. В результате мы получаем в одном случае обезвреженный вариант культурного конструкта, в другом – довольно поверхностное представление о сути конкретной культуры. Примером могут стать фильмы «Черная пантера», «Шан-чи», мультфильмы «Лука», «Энканто». В частности, мультфильм «Энканто» представляет нам обобщенный латиноамериканский мир, хотя местом действия обозначена Колумбия. Вместе с тем, над созданием картины работали продюсер мексиканского происхождения, автор песен пуэрто-риканского происхождения, и никто из авторов картины не имеет собственно колумбийских корней. Таким образом, для создателей-мейджоров особенности культур «латиноамериканского» мира нивелируются.

Стоит отметить, что инклюзия национальных меньшинств в преимущественно «белый» массовый контекст тоже имеет свои особенности. Механическое включение ази-

атского, афроамериканского, латиноамериканского актера в сюжет про американское общество не является признанием культурной идентичности в полном смысле. Недостаточно давать возможность культуре существовать в обусловленном контексте. Необходимо говорить подлинно о культуре, учитывая исторические, социальные факторы ее формирования.

Следующий тип искажения культурной идентичности можно обозначить как *стереотипизация*. Известно множество стереотипов о тех или иных культурах. Стереотипы базируются как на реальных культурных фактах, исторических событиях или личностях, так и на коллективно вымышленных идеях. Стереотипы могут облегчать обывательскую ориентацию в мультикультурном мире, структурировать многообразие особенностей. Но при этом, безусловно, стереотипы становятся преградой на пути осуществления межкультурной коммуникации. Негативным следствием стереотипизации становятся приложение частного к общему, низкая чувствительность к разнообразию культурного содержания, заочно сформированное негативное или излишне восторженное впечатление.

Третий тип искажения предлагаем обозначить как *мифологизация*. Вероятно, мифологизация культурных особенностей является злейшим врагом межкультурной коммуникации, культурной медиации и формирования представления о культурной общности в целом, так как может базироваться на искусственной интерпретации. Мифологизация культуры используется зачастую намеренно: для создания образа «врага» или для формирования паттернов восприятия собственной культурной идентичности. Ярчайшим примером мифологизации являются действия немецкой пропаганды во времена Третьего Рейха: с одной стороны, арийский миф, нацеленный на формирование идентичности собственных адептов, с другой – еврейский миф, призванный сформировать образ врага. Подобная мифологичность трагична для мирового баланса, тем не менее, до сих пор ее методы актуальны, что мы можем наблюдать в отношении «мусульманского мира», манипуляций с устранением следов нацизма и формирования все новых «измов» и «центризмов». Человек, оказавшись в поле действия пропаганды, рискует сформировать ложное представление, как о внешнем мире, так и о собственной идентичности.

Собственно, третья тенденция в актуализации роли медиатора тесно связана с последним упомянутым типом искажения культурной идентичности. Глобализация оказалась сопряжена с мультикультурной энтропией. Единство медиаконтента распадается на множество контекстов, локальность вступает в борьбу с глобальностью. Данное явление характеризуется понятием *глокализации*, сохранением и усилением региональных особенностей. Внимание общества обращается на аккумуляцию, презентацию и рефлексию собственного культурного наследия.

Таким образом, мы представили факторы, актуализирующие роль культурной медиации в современном обществе. Теперь необходимо описать ее формы и поле практики.

Существует несколько стратегий в представлении формальной структуры культурной медиации: медиация как профессия, функция культуры, как политико-социальный проект.

Первая стратегия представляет медиацию как профессию, выделяя образ специалиста-медиатора, призванного частным образом осуществлять посреднические тактики в конкретной среде. Культурная медиация может применяться в различных учреждениях через тренинги, дебаты, проекты, знакомство с культурным наследием. Вместе с тем, возникают автономные профессиональные институты, комитеты, сообщества, специализирующиеся на проектах в сфере культурной медиации. Подобные образо-

вания могут быть платформой для продвижения медиаторских практик, осуществления наблюдения за культурными процессами, исследования и передачи знаний. Подобной деятельности характерен многосекторальный и междисциплинарный подход, сочетающий в себе практики социологии, философии, антропологии, истории искусства. Также медиаторские институции могут выступать местами тематических встреч, которые будут способствовать обмену опытом между людьми, обучению и взаимодействию. Как в городских, так и в региональных условиях культурная медиация поможет улучшить социальную среду, развить принятие самобытности и сформировать социокультурные связи.

Хочется отметить, что образ культурного медиатора крайне вариативен. Так, например, сегодня наблюдается определённый запрос и одновременно тренд на медиаторские практики в среде интернет-инфлюенсеров. Новостная повестка обширная за счёт развитой мировой СМИ-системы, доступности интернет-ресурсов. Общество постоянно находится в определенном ментальном очаге событий. Люди в поиске ориентира ощущают потребность в посреднике, который помог бы им понять «что происходит». В целом это уже не столько новостной сегмент, сколько просветительский или все же медиаторский, ведь запрос не просто узнать новость, а понять, как к ней относиться, сформировать многомерный образ происходящего или примирить внутренние противоречия.

Поле новостной медиации превратилось в отдельный сегмент деятельности блогеров, при этом актуализируется именно роль культуры в рефлексивных интернет-практиках. Культура в связке с историей, социологией способна стать ключом к разрешению индивидуальных внутренних и внешних противоречий.

Медиация как функция культуры актуализирует глубинные задачи самой культуры. Человек в процессе жизни формирует собственную идентичность, усваивает культурные нормы, ценности, необходимые для интеграции в общество. В данном случае медиаторские практики призваны активизировать социальные и культурные связи, взаимодействовать с целевыми социальными группами, способствовать развитию неформального образования.

Третья стратегия медиации как политико-социального проекта, главным образом, ставит перед собой цель трансформации культурной системы: обеспечение доступности культуры для общественности, поддержка разнообразия форм культурного взаимодействия, поощрение участия граждан в культурной сфере, помощь в личностном развитии людей, формирование одновременно чувств общности и мультикультурности. Как видим, культурная медиация как деятельность имеет широкий спектр приложения и может осуществляться в различных формах.

Таким образом, совокупность факторов актуализируют роль культурной медиации в современном обществе. Процессы глобализации, глокализации обнажают внешние и внутриличностные противоречия и конфликты. Медиация призвана выполнить посредническую функцию, помочь установить контакт между человеком и культурным феноменом, наладить связь с культурной памятью, отыскать ориентир в потоке лавинообразной информации, способствовать развитию культурной идентичности и способствовать устранению культурной изоляции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Ангияма С.* Что такое медиация? // Рабочая тетрадь медиатора [Электронный ресурс] URL: http://manifesta10.org/media/uploads/files/workbook_mediation_rus.pdf (дата обращения: 02.04.2022).
2. *Куклинова И. А.* Культурная медиация: история и современное понимание термина // Культурология и искусствоведение. 2021. № 41. С. 5–11.
3. *Синицына А. О.* Культурная медиация и ее формы в педагогической науке и практике во Франции // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2017. № 1. С. 67–76.
4. Time for Cultural Mediation [an online publication]. – Zurich: Pro Helvetia. 2012. URL: https://prohelvetia.ch/app/uploads/2017/09/tfcm_o_complete_publication.pdf (дата обращения: 02.04.2022).