

ВЫЗОВЫ МЕДИЙНОЙ КУЛЬТУРЫ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЦЕЛОСТНОСТИ В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ

Бурда Елена Вячеславовна

аспирант, Государственный университет управления, РФ, г. Москва

CHALLENGES OF MEDIA CULTURE AND DIGITALIZATION OF CULTURAL HERITAGE AS A FACTOR OF PRESERVING NATIONAL INTEGRITY IN THE VIRTUAL WORLD

Elena Burda

Postgraduate student, State University of Management, Russia, Moscow

Аннотация. В статье рассматриваются вызовы, порожденные сменой парадигм в культуре цивилизаций. В частности, проблема медиа, которые навязывают собственную логику человеку. Выдвигается предложение рассматривать цифровизацию культурного наследия одним из способов сохранения индивидуальности и национальной самобытности в виртуальном пространстве Интернета.

Abstract. The article examines challenges generated by the paradigm shift in the culture, when media impose their own logic on a person. A proposal is put forward to consider the digitalization of cultural heritage as one of the ways to preserve individuality and national identity in virtual Internet world.

Ключевые слова: смена парадигм; медиа; информационная цивилизация; эгрегор; цифровизация; цифровизация культурного наследия.

Keywords: paradigm shift, media, information civilization, egregor, digitalization, digitalization of cultural heritage.

В основе многих современных проблем на глобальном уровне лежат несколько источников. Одной из основных причин, как отмечают многие ученые [2], является смена парадигм в самой культуре цивилизаций, которая началась на рубеже XX-XXI веков. Разные авторы называют по-разному новую парадигму, но общее у всех одно – ее информационная составляющая. В том числе Э. Тоффлер новую волну развития науки и техники связывает с развитием «сверхиндустриальной, или информационной, цивилизации» [7].

В результате на смену классической культуре, которой свойственен просветительский характер, пришла медийная культура с ее развлекательным контентом.

Маклюэн в своей работе «Понимание медиа: внешние расширения человека» [3] писал об опасности медиа для человечества. В процессе потребления продукции медиакультуры медиа

приобретают собственную логику за счет того, что способности человека выносятся за пределы его сознания, и навязывают собственную логику человеку.

Можно предположить, что фактически медиа становятся эгрегорами, которые не могут существовать без людей, но, возникнув, начинают использовать людей для продления собственного существования. Это не делает их живыми, речь не идет о магическом мировоззрении. Д.Л. Андреев описывал эгрегор как «нематериальное образование, возникающее из некоторых психических выделений человечества над большими коллективами: племенами, государствами, некоторыми партиями и религиозными обществами. Они лишены монад, но обладают временно сконцентрированным волевым зарядом и эквивалентом сознательности» [1]. Если убрать из определения мистицизм, в силу вступают психологические законы и законы социума.

У каждого человека есть свои потребности, цели, желания, часть из которых неизбежно будут совпадать с потребностями, целями и желаниями других, что становится коммуникационным мостиком между людьми. Соединяясь общими интересами, даже если их роль и важность в жизни для каждого отдельного индивида будут разными, они образуют систему с большей или меньшей устойчивостью. Когда за счет количества включенных в общность членов – а современные технические возможности это количество потенциально расширяют до масштабов не только социальных групп, но и большей части человечества, – система получает достаточную устойчивость, она начинает самоорганизовываться. Появляется синергетический эффект, когда дважды два не равно четырем, то есть целое не равно сумме своих частей. В данном случае единичные желания и потребности людей, включенных в эгрегор, не равны потребностям и вектору направленности системы. Таким образом, сущность эгрегора, его возникновение и существование могут быть раскрыты в рамках синергетики, объясняющей образование и самоорганизацию моделей и структур в открытых системах.

Если рассматривать пространство Интернета в качестве такой информационной системы, то можно согласиться с утверждением В. Никитаева о семиотичности киберпространства: «В какой сущности или объекте может достигаться единство материального, идущего от внешнего мира, и идеального, идущего от человеческого сознания? Ответ: в знаке» [4]. Автор также отмечает, что объекты в виртуальном мире не просто существуют, на даже в определенной степени живут. Запрос по одному и тому же ключу через одну и ту же поисковую систему, если его повторить через некоторое время, может дать иной результат, чем при первоначальном запросе. И чем больше времени между запросами пройдет, тем более будут различаться результаты. Собранные клиентом адреса-гиперссылки устаревают и «умирают»: зайдя по ним через некоторое время, можно столкнуться с тем, что сайт переехал или «по указанному адресу» просто ничего нет [4]. Таким образом, объекты виртуального пространства представляют собой информационные продукты деятельности человека, а гиперссылки и поисковые системы – способ ориентации и организации киберпространства. Интернет становится «местом обитания» и, как отмечает В. Розин, создает виртуальную урбанистику [6]. Речь идет именно о городе, так как Сеть имеет социальную природу. Люди организуют свои страницы в социальных сетях так же, как благоустраивают дома и квартиры. Речь идет о том количестве времени и сил, которые затрачиваются на виртуальные и реальные жилища.

Исходя из вышеизложенного, Интернет является социокультурным пространством, интерактивность которого может вызывать у пользователей виртуальные состояния – «погружения», психически и эмоционально равноценные состояниям, вызываемым реальным миром. А это, в свою очередь, создает опасения и представления об Интернете как об инструменте манипуляции человеческим сознанием. Как отмечал К. Разлогов, «эффект реальности аудиовизуального образа превращается в механизм глобальной фальсификации, который, в свою очередь, приобретает облик стопроцентной достоверности» [5]. Кроме того, глобальный переход человечества в киберпространство унифицирует социокультурную жизнь, снижая меру ее адаптационно необходимого разнообразия [2].

Одним из рубежей на пути унификации человечества к усредненному пользователю контента виртуальных массмедиа является сохранение культурного наследия как фактора сохранения национальной целостности. И цифровизация культурного наследия при всей технической, семантической, управленческой и даже онтологической сложности процесса – объективно

необходимый процесс, который сравнительно недавно начался и стремительно распространяется в современном мире.

Часть ученого сообщества связывает феномен цифровой культуры с традиционными объектами культуры и искусства, включая в объем понятия электронные библиотеки, виртуальные музеи, оцифрованные архивы, мультимедийные реконструкции памятников и др.

Другие же отмечают, что это не просто использование новых технических возможностей, но прежде всего качественно новая социально-антропологическая реальность – принципиально иная цифровая сфера социокультурной деятельности человека [2].

На наш взгляд, более объективно соединение двух понятий. Традиционные объекты культуры, переведенные в цифровой формат, безусловно, в своей традиционной и электронной форме остаются по сути теми же объектами. Однако одновременно они действительно попадают в иную социокультурную среду, сформированную виртуальным пространством цифрового мира, и посредством технических и коммуникационных возможностей начинают существовать одновременно в двух мирах. И это существование в киберпространстве в виде оцифрованных объектов, даже если оригинал в своей материальной форме будет утрачен, позволяет продолжать существовать национальной культуре в виртуальном пространстве, а значит, сохраняет национальную самобытность народа, создавшего это наследие.

Список литературы:

1. Андреев Д.Л. Роза Мира: метафилософия истории. – М. : Профиздат, 2006. – 413 с.
2. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования : монография / Н.Б. Кириллова, Л.Б. Зубанова, С.Б. Синецкий [и др.]; отв. ред. Н.Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 292 с.
3. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М. – Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, 2003. – 464 с.
4. Никитаев В.В. Пространство и время WWW // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. – М. : Институт философии РАН, 2004. – С. 73-93.
5. Разлогов К.Э. Экран как мясорубка культурного дискурса // Экранная культура // Теоретические проблемы. – СПб. : РИК, ООО «Дмитрий Булавин», 2012. – С. 9-37.
6. Розин В.М. Интернет – новая информационная технология, семиозис, виртуальная среда // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. – М. : Институт философии РАН, 2004. – С. 3-23.
7. Тоффлер Э. Третья волна. – М. : АСТ Москва, 2009. – 795 с.