Валентина Дмитриевна Мансурова

Алтайский государственный университет (г. Барнаул)

mvd1951@mail.ru

**Кросскультурный код активации**

Цифровая медиасреда предъявляет новые требования к обеспечению адекватного отражения ценностей культуры. Маркетинговым стратегиям «культурных индустрий» противопоставляется творчество журналистики, которая обращается к методу кросскультурной интерактивной коммуникации.

Ключевые слова: социокультурный креатив, интерактивность, иммерсивность, трансмедийность.

Как отметил Джон Кин, исследователь трансформационных процессов в медиасфере, «коммуникативное изобилие стирает границы между “медиа” и другими институтами. Все сферы жизни… действуют в крайне медиатизированных условиях…» [2: 34]. То есть, именно цифровая медиасреда, Сеть становятся местом оформления новых видов культурной практики, социокультурного креатива. Технологическая специфика новых и «быстрых медиа» обусловила развитие и порождение культурных индустрий – экранной, аудиовизуальной, цифровой, сетевой и других киберкультур.

Но каждая метафора культуры, номинирующая разные типы культурных индустрий, нивелируется конечным результатом дигитальной репрезентации мира – реализацией определённых утилитаристских целей: коммерция, бизнес и рынок, вещь и вещизм, политика, потребление и т. п. Жан Бодрийяр заметил: «Когда всё становится культурным, то это – конец культуры как судьбы...» [1: 78]. Цифровая сфера социокультурной деятельности человека остро нуждается в активации не маркетинговых, а созидательных функций культуры – трансляции человеческого опыта, социализации, регуляции.

По определению М. Ю. Лотмана, «культура является интеллектуальным “аппаратом” цивилизации, своеобразным “искусственным интеллектом”» [3: 30.] Таким же «аппаратом», матрицей совокупного общественного «интеллекта» выступает и журналистское произведение – одновременно и произведение искусства, и отражение реальности. Новые роли и статусы институтов культуры и журналистики в условиях мультимедийных и сетевых технологий актуализируют активацию такого кода социокультурных трансформаций, как кросскультурная интерактивность.

Новый тип медиапотребителя сам контролирует взаимодействия с миром массовых коммуникаций, формируя индивидуальное культурное медиапространство. Его самоорганизация, в свою очередь, опосредована стратегией кросскультурных инноваций журналистов. Так появились красочные тесты и викторины, аудио- и видеоэкскурсии, голосовые синтезаторы, бегущие строки, всплывающие окна, интерактивные кнопки, автосекретари – в общем, всё то, что вовлекает в коммуникационный процесс, предоставляя возможность выбора не только содержания, но и формы, в которой оно будет представлено. Наконец, вошло в практику журналистов такое новомодное понятие, как «иммерсивность» (immersive), дословно означающее «создающий эффект присутствия, погружения». Производство и продюсирование аудиовизуального контента, дизайн трансмедийных проектов позволяют достичь необыкновенной схожести рисуемых в интернете музейных залов, литературных героев и памятников культуры со своими прототипами в реальном мире.

Виртуальная реконструкция – одно из самых перспективных направлений ретрансляции культурных инициатив, традиционно ориентированных на глубокое понимание традиций духовной и материальной культуры, активно развиваемое в журналистике. Реконструкции музеев, памятников культуры, ключевых сражений и литературных сюжетов в «цифровом» пространстве – вот лишь то немногое, что стало возможным благодаря интернету и, в частности, трансмедийным технологиям, обеспечивающим одновременное или последовательное размещение интерактивного продукта на всех медиаплатформах. Все больше журналистских материалов стало сопровождаться фотогалереями, анимационными графиками, видеосюжетами, которые расширяют медиадискурс культурных высказываний, а значит, и кругозор пользователя контента.

Стремительная диверсификация форм цифровой и сетевой культуры приводит к доминированию знаковой коммуникации. Её стратегии во многом редуцировали функции языка, передав их иконическим элементам: смайлам, эмодзи, стикерам и остальным непритязательным формам выражения чувств и эмоций, которые стали своеобразным метаязыком культурного взаимодействия в глобализированном мире.

Кросскультурные стратегии, взятые на вооружение мультимедийной журналистикой, создают беспрецедентные возможности для ее воплощения институт современной культуры.

Литература

1. Бодрийяр, Ж. Фатальные стратегии / пер. с фр. М.: РИПОЛ классик, 2017.

2. Кин, Дж. Демократия и декаданс медиа / пер. с англ. М.: ИД Высшей шк. экономики, 2015.

3. Финн, В. К. Интеллектуальные системы и общество / Сб. ст. М.: КомКнига, 2007.