Денис Владимирович Дунас

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

[denisdunas@gmail.com](mailto:denisdunas@gmail.com)

**Объединяя «медийное» и «социальное»: к становлению цифровой медиакультуры в современном обществе**

Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект №18-78-10090)

Ставится вопрос о становлении цифровой медиакультуры, при которой конструируемые медиакоммуникационными технологиями среды развиваются в соответствии с социальными закономерностями общественного устройства. В результате формируется особый тип культурного пространства, где медиа выполняют роль не вторичных, а первичных агентов социализации.

Ключевые слова: медиасоциализация, цифровая медиакультура, эмерджентность, культурогенез.

В современном мире мы часто сталкиваемся с явлением эмерджентности – появлением у системы свойств, не присущих ее элементам в отдельности. Она проявляется на разных уровнях: всего общества, политических сил, культуры, повседневных практик человека. Цифровые медиа стали драйвером появления у всей социальной системы современного устройства общества качественно новых характеристик, прежде ей не присущих, и лишь частично проявляющихся в ее отдельных элементах. Это особенно отражается на медиапрактиках молодежи.

Процесс эмерджентности в культурологических исследованиях обозначается как культурогенез. В качестве основной причины культурогенеза сторонники эволюционной теории выделяют потребность человеческих сообществ в адаптации к постоянно изменяющимся условиям жизни через создание новых форм деятельности и социального взаимодействия. Символическая теория в культурогенезе полагает, что культура рождается тогда, когда происходит кодификация информации, то есть создание символов и систем их коннотаций. Миметическая способность, то есть способность инкорпорировать человеком образы материального внешнего мира во внутренний мир образов, и на основе этого формировать актуальные культурные условия, является важным этапом культурного обучения.

Существенным дополнением к символической теории в культурогенезе выступает функционалистский подход в культурологии. Социальная концепция происхождения культуры делает акцент на социальных отношениях между людьми. Эти два подходы аккумулируют современное антропологическое знание об обществе, в котором, общество иногда вынуждено меняться в результате технологических изменений и технологические изменения принимаются добровольно, а сообщества, в том числе туземные, никогда не были статичными. Так возникает специфический тип культуры, связанный с расширением медиакоммуникационного пространства и развитием процесса медиатизации социальной реальности.

Социокультурные характеристики все больше укореняются в технологической инфраструктуре цифровых коммуникаций. Всепроникающая медиатизация социальной жизни трансформирует все ее сегменты как на микро-, так и на макроуровне. Социальные медиа формируют новый социальный порядок, социальное взаимодействие, личную и коллективную идентичность, коммуникацию.

Вопрос «социальности» и «медийности» современного человека нельзя назвать решенным. Если М. Кастельс говорит о «сетевом Я» [3: 144] как втором, отличном от реального, конструируемом как осознанно, так и неосознанно и часто понимаемом как форма игры по заданным правилам, Т. Белсторф рассматривает «второе Я» как свойство, порождаемое принципиально иной субстанцией – виртуальной реальностью и говорит о киборге как новом типе человека во «второй жизни», так и об определенных законах «киберсоциальности» [2], то Е. Вартанова говорит о единстве «социального» и «медийного» в природе современного человека, называя его «человеком медийным» [5]. И последний подход – это подход цифрровой медиакультуры, а не виртуальной реальности, так как он снимает противоречие между социальной реальностью и виртуальной в пользу единой цифровой медиакультуры.

Следуя тезисам П. Бергера и Т. Лукмана, цифровая медиакультура становится главной средой вторичной социализации человека [1], но сегодня с этой точкой зрения едва ли согласятся А. Хепп и Н. Коулдри, для которых медиа стали первичным агентом социализации [4]. Это особенно верно для цифровых социальных медиа со множеством «лидеров мнений», выполняющий роль «значимых других» как основных агентов формирования представлений социальной реальности для социализатов.

Цифровая медиакультура, конструируемая социальными сетями и другими новыми медиа, представляет собой не аналог социальной среды, а саму социальную среду. Цифровая медиакультура не автономна (как и не автономна от медиа социальная реальность), для нее характерны социально детерминированные пространственно-временные характеристики и законы существования.

Литература

1. Berger, P.L. and Luckmann, T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York: Doubleday & Company. 1966.

2. Boellstorff, T. Coming of age in second life: an anthropologist explores the virtually human. Princeton: Princeton University Press. 2008.

3. Castells, M. The Internet galaxy: reflections on the Internet, business, and society. Oxford, New York: Oxford University Press. 2001..

4. Couldry, N. and Hepp, A. The Mediated Construction of Reality, Cambridge: Polity. 2016.

5. Vartanova, E. L. The media and the individual: economic and psychological interrelations. Psychology in Russia: State of the Art. 2013. Vol. 6. No. 1. P. 110–118.