

Секция «Цифровые технологии как фактор трансформации общественно-политического устройства в современных государствах»

Диджитализация и процесс формирования нового культурного языка в политике

Научный руководитель – Шатилов Александр Борисович

Калитъко Ирина Игоревна

Студент (бакалавр)

Финансовый университет, Факультет социологии и политологии, Москва, Россия

E-mail: kalitko.ira@mail.ru

В современном мире все большее значение приобретают цифровые технологии и цифровые ресурсы, определяющие развитие во всех сферах жизни общества. Можно говорить о новом феномене - цифровой экономике складывающейся под воздействием многих факторов, среди которых можно выделить социокультурные и политические. Рассмотрим их роль на примере формирования нового политического языка предвыборной агитации. Политический язык формируется на культурно-исторической базе конкретного общества. Он использует различные знаки, культурные коды. Код - это способ, которым один субъект дает значение, а другой его считывает. Культурный язык, как и любой язык, является примером кода и представляет собой вторичную моделирующую систему. Такая система формирует символические стандарты общества и осуществляет контроль над системами знаков и кодами, несущими определенную смысловую нагрузку, общую всем представителям данного общества. Роль культурного кода крайне важна в вопросах формирования общественного сознания и воздействия на него. В том числе в практике PR. Создание новых культурных кодов за короткий период не представляется возможным, поэтому общение с избирателем, обществом базируется на уже существующих и работающих кодах. Возможна ситуация, когда культурный код, исторически сформировавшийся в обществе и усвоенный индивидами в ходе их социализации, отторгает или искажает использованные в агитации знаки и символы. Универсального языка рекламы, при всей глобализованности медиа-пространства, пока не существует. При этом язык в обыденном понимании, как система фонетических средств, является только одним из возможных способов коммуникации и не всегда оказывается эффективным инструментом воздействия. В данном контексте нас будут интересовать вторичные языки культуры, используемые в визуальных средствах агитации (видео-ролики, плакаты и пр.). Такие языки могут включать в себя элементы искусства (художественные произведения: картины, скульптуры и т.д.); предметы истории, архивные документы, фотографии; фрагменты народной (песни, народные танцы) и массовой культуры (популярные ролики, музыкальные клипы, фильмы и пр.). Культурный код, заложенный в них, оказывается наиболее доступным и близким для человека, обращенный скорее к подсознательному, а значит оказывающий более сильное воздействие. В условиях массовой диджитализации культуры мы понимаем, что на первый план в политике и экономике выходят цифровые ресурсы. Их ценность все более возрастает. Создание любого медиа продукта базируется на использовании имеющихся в свободном доступе цифровых ресурсов. Для России проблема цифровых ресурсов состоит в следующем: при создании какого-либо продукта сегодня в большинстве случаев используются готовые цифровые ресурсы, принадлежащие преимущественно США, где диджитализация воспринимается как путь к информационному обществу и транснационализации информационных связей в мире. В то время как собственные информационные средства России и различные носители культурных кодов хранятся в архивах, музеях, запасниках и не подвергаются ни оцифровке в должном объеме, ни последующей

актуализации. Основные затраты идут на арендные выплаты, авторские отчисления за получаемые извне ресурсы; когда более целесообразным, с точки зрения экономических и политических выгод, было бы направление денежных средств на создание собственных цифровых ресурсов. Это будет способствовать постепенному замещению иностранных информационных продуктов собственными, возрастанию качества отечественных продуктов и, как следствие, повышению стандартов массовой культуры. К сожалению, на данный момент мы имеем либо выкупленный и адаптированный иностранный контент, либо свой, но довольно низкого качества. Ярким примером кризиса цифровых ресурсов в России стала избирательная кампания президентских выборов 2018 года. Социальные ролики, призванные побудить избирателя к активному участию и повысить явку, вызвали волну непонимания и открытой критики. Среди главных обвинений в адрес создателей звучали «топорная примитивность», калькирование агитационных методов середины 90-х, стереотипность, скрытые угрозы и неуважительное отношение к потенциальному избирателю. В социальных сетях развернулись масштабные дискуссии, участники которых отмечали, что такая агитация напротив отбивает всякое желание идти на выборы, а СМИ разразились значительным количеством критических статей (например, Коммерсант). Социальный ролик «Все на выборы» или, как его окрестили в народе, «Гей на передержке», создателем которого является режиссер Александр Бойкович, долгое время сотрудничавший с телеканалами СТС, ТНТ и ТВЗ, вызвал широкий общественный резонанс. Призванный побудить среднестатистического россиянина к активному участию, ролик строится на сочетании элементов массовой культуры, которые были распространены в сети Интернет и стереотипов о культуре российских граждан, как кажется, заимствованных авторами из западных фельетонов прошлого века. Причем основой языка клипа, определившей его концепцию, стало подражание молодёжному флеш-мобу - присутствие элементов популярного «Satisfaction challenge» (сцена с бананом и коллективный жест руками «военных») и распространенный тренд молодежной культуры («дэб»). Данные образы, знаки и символы уже изначально являются заимствованием, их оригиналы - образцы западной современной культуры, представленной в цифровом формате (British ARMY Soldiers Dancing to Satisfaction [Benni Benassy], Migos «Look at my Dab»). Такой подход говорит о том, что создатели таких продуктов пытаются найти нужные слова, образы для общения с избирателем, но результаты этого поиска неутешительны. Обращаясь к подобным ресурсам, создатели преследуют цель привлечения электората, однако в итоге получают обратную реакцию. Доступность и удобство работы с готовыми цифровыми ресурсами порождают риск их незаконной эксплуатации. А невозможность рассказать о чем-то на оригинальном, своем, «родном» языке, неизбежно приводит, как частное следствие, к плагиату. Избирательная кампания 2018 не избежала некоторых неоднозначных моментов. Споры о своем происхождении вызвал официальный логотип президентских выборов. Изображение российского триколора было названо плагиатом: «... "зигзаг" (флаг) был просто списан со многих других "надписей" в честь праздников и важных дат в России», - такие комментарии появлялись в Сети. Данная информация не получила доказательств (в ходе кампании плакаты были заменены), однако существование прецедента наводит нас в очередной раз на мысль о необходимости создания качественных и уникальных цифровых продуктов. Доказанным случаем плагиата является набор стикеров «Election Girl» от журнала Maxim. По словам главного редактора журнала Александра Маленкова, стикеры должны были агитировать молодежь участвовать в выборах в провокационной манере, свойственной журналу. Однако вскоре после появления изображений обнаружилось, что они являются «полностью срисованными» со стикеров, принадлежащих авторству художницы Валерии Фортуну, которая с мая 2015 года работает художником-иллюстратором в Telegram. Существование таких агитационных продуктов регулярно вызывает споры и

нарекания, чего, по нашему мнению, можно избежать, серьезно подойдя к созданию качественных отечественных цифровых ресурсов. Избирательная кампания 2018 в полной мере продемонстрировала существующую проблему цифровых ресурсов в России. Неоднозначный характер и качество агитационных продуктов, случаи заимствования и плагиата говорят о необходимости создания базы отечественных цифровых ресурсов. Диджитализация должна решить ряд проблем, сложившихся в условиях цифровой экономики. Оцифровка собственных уникальных информационных ресурсов, позволит безболезненно выстраивать новый культурный язык в политике, который будет эффективно воздействовать на массовую и политическую культуры, тем самым повышая уровень политического участия. Диджитализация способна освободить экономику от многочисленных издержек в виде авторских выплат за цифровой продукт других стран и т.п. Отечественные цифровые ресурсы позволят создать качественную базу для формирования языков взаимодействия с населением посредством обращения к кодам, присущим российскому народу и его истории. Кроме того, это позволит существенно повысить уровень получаемой продукции и культуры, находящейся под ее влиянием. Таким образом, для повышения конкурентности в условиях цифровой экономики, для сокращения финансовых затрат и замещения западных образцов российскими, необходимо создать свою базу цифровых ресурсов на основе диджитализации носителей культурных кодов.