

The English version follows below

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации
Школа актуальных гуманитарных исследований
Лаборатория теоретической фольклористики

Международная научная конференция «Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик»

(30 ноября–1 декабря 2018 г.)

Информационное письмо

Выявление и анализ изменений, происходящих в современном мире, входит в число ключевых задач социальных и гуманитарных наук. Одним из способов уловить такие изменения является осмысление медиатизации, для которой характерен новый тип взаимодействия медиа с социальными институтами: медиа уже не просто передают информацию, а пронизывают окружающий нас мир и конструируют его вместе с другими социальными институтами. Вследствие медиатизации массовая аудитория получает широкий доступ к науке, образованию, здравоохранению, религии и др., в свою очередь оказывая влияние на их функционирование.

К изучению этой тематики обращались в рамках теории индустриализации культуры (Франкфуртская школа: Г. Маркузе, Т. Адорно и Ю. Хабермас), социальных исследований медиа (Торонтская школа: Г. Иннис, М. Маклюэн и К. Фиоре, Д. Белл), теории медиатизации культуры (Дж. Томпсон, К. Асп, С. Ярвард, Н. Коулдри, Ф. Кротц, А. Хепп, К. Лундби), а также Н. Луман, П. Бурдьё, Б. Латур и др.

Взгляд на культуру сквозь призму медиатизации проблематизирует понятие повседневности, которая традиционно определялась через коммуникацию лицом к лицу. Значительная часть коммуникации оказывается технически опосредованной, а граница между ней и взаимодействием лицом к лицу размыта до неразличимости. Соответственно, меняются и стратегии выстраивания идентичностей как индивидуальных, так и групповых. Перенос коммуникации в онлайн-пространство и на широкое поле специализированных медийных площадок оказывается неотъемлемой чертой существования сообществ в условиях детерриториализации. В эту же медийную среду отчасти переносится накопление и передача знаний о прошлом.

В онлайн-пространство переходит и политическая борьба, успех в которой во многом зависит от использования устойчивых, узнаваемых моделей, хорошо известных фольклористам. Похожие тактики эксплуатации фольклорных мотивов и образов можно наблюдать и в медиа, что, в свою очередь, влияет на восприятие фольклора: представления о фольклорных персонажах и сюжетах часто формируются не столько рассказанными / прочитанными сказками, эпическими песнями и прочими собственно

фольклорными текстами, сколько тем, как они представлены в кинолентах, мультфильмах или рекламных роликах.

Интуитивно понятная идея о том, что медиа влияют на свою аудиторию, требует не только построения теоретических концепций, но и непосредственного выхода в поле. Приезжая в экспедицию, современный антрополог нередко сталкивается с тем, что местные жители во время интервью пересказывают сюжеты телепередач, сериалов или газетных статей, вплетая их даже в повествования о «старине». Телевизор или местная газета стали авторитетными источниками знания, легитимирующими повседневные практики.

Схожим образом сквозь призму медийных источников преломляется и научное знание. С одной стороны, оно вынуждено принимать во внимание нарастающий релятивизм, развивающийся во многом из-за новых эффектов медиатизации и «постправды» [Ангермюллер, 2017]. С другой стороны, перед учеными открываются новые возможности использования современных технологий (например, добавлять к научным публикациям видеоматериалы, создавать электронные мультимодальные базы данных) и представления результатов своих исследований перед широкой аудиторией.

Мы предлагаем обсудить процесс медиатизации культуры, его эффекты и последствия, сосредоточившись на следующих аспектах (но не ограничиваясь ими).

- **Теоретические подходы к изучению медиатизации.** Какие концепции и методы следует применять исследователям, чтобы учитывать меняющуюся медиатизированную среду? Насколько продуктивно в этих условиях привлечение наработанных ранее теоретических ресурсов? Если значительный пласт человеческого взаимодействия уходит в медийное поле, как мы можем за этим наблюдать?
- **Медиатизация научного знания.** Происходит ли трансформация научного знания под влиянием медиатизации? Как новые типы данных, появляющиеся в результате медиатизации, и способы их обработки (мультимодальные данные, новое программное обеспечение для работы с количественными и качественными данными) меняют современное гуманитарное знание? Насколько меняется отношение к результатам научных исследований в контексте идеи «постправды»? Как происходит перевод научного знания на язык, доступный широкой аудитории? Как осуществляется отбор исследований, результаты которых будут представлены в медиа?
- **Медиатизация музеев.** Как меняется музейное пространство с появлением новых технологий? Для чего музейному пространству нужны медиапродукты? Что дают эти технологии музею? Как меняются экспозиции под влиянием медиа? Что такое «виртуальные музеи»? Что становится предметом музеефикации в «новых музеях»? *(совместно с Еврейским музеем и центром толерантности)*
- **Медиатизация памяти.** Какие возможности для накопления, хранения и передачи знаний о прошлом открывает медийная среда (в том числе разработка сайтов по культурно-исторической памяти, фольклорно-этнографических баз данных, ведение блогов, онлайн-дневников, страниц в соцсетях)?
- **Медиатизация повседневных практик.** Каким образом медиа трансформируют повседневные практики? В каких сферах СМИ становятся важным источником, легитимирующим правила, по которым мы живем? Какие новые сферы открываются для массовой аудитории под влиянием медиатизации, какие эффекты это вызывает?

- **Медиатизация идентичности.** Насколько отличаются стратегии выстраивания идентичности во взаимодействии лицом к лицу от ее конструирования в медийной среде? Каковы стратегии выстраивания персональной идентичности в медийной среде (посредством языка и других семиотических средств)? Как происходит конструирование идентичности сообществ в соцсетях?
- **Медиатизация фольклора.** Какова роль медиа в производстве верований и культурных продуктов? Как трансформируются традиционные представления при попадании в медийную среду? Каковы семиотические и коммуникативные аспекты «перевода» фольклора на язык медиа? В чем специфика современных экранизаций фольклора (кино, анимация, реклама и др.)? Как происходит вторичная фольклоризация медийного текста (кинозависимые анекдоты и т.п.)?
- **Медиатизация политической жизни.** Коррелирует ли политическая активность в медийной среде с действиями за ее пределами? Какие новые практики политического участия развивает медиатизация политической жизни? Насколько реальны «твиттер-революция», запуск бумажных самолетиков и подобные явления, каков их онтологический статус?

К участию в конференции приглашаются как исследователи (антропологи, социологи, филологи, культурологи и представители смежных дисциплин), так и культурные и общественные деятели.

Просим до **20 августа** заполнить анкету участника, размещенную по адресу: <https://goo.gl/forms/UxUuDmKoyxZoLym33> Оргкомитет примет решение о включении доклада в программу не позднее 10 сентября. Оргкомитет рассматривает возможность возмещения расходов участников на проезд до/от Москвы и проживание в гостинице РАНХиГС.

Рабочие языки конференции — русский и английский.

Всю актуальную информацию о конференции вы можете найти на сайте <http://www.shagi.ranepa.ru> и <http://www.ruthenia.ru/folklore>

Не стесняйтесь задавать вопросы координаторам конференции по адресу shagifolk@gmail.com.

Оргкомитет конференции:

Амосова С.Н. приглашенный организатор, м.н.с. Институт славяноведения РАН,
директор Исследовательского центра Еврейского музея

Ахметова М.В., к.ф.н., с.н.с. Лаб. Теоретической фольклористики ШАГИ РАНХиГС

Байдуж М.И., с.н.с. Лаб. Теоретической фольклористики ШАГИ РАНХиГС

Душакова И.С., приглашенный организатор, менеджер медиапроектов Центра «Сэфер»

Душакова Н.С., к.ист.н., н.с. Лаб. Теоретической фольклористики ШАГИ РАНХиГС

Неклюдов С.Ю., д.ф.н., гл.н.с. Лаб. Теоретической фольклористики ШАГИ
РАНХиГС

Петров Н.В., к.ф.н., зав. Лаб. Теоретической фольклористики ШАГИ РАНХиГС

Христофорова О.Б., д.ф.н., вед.н.с. Лаб. Теоретической фольклористики ШАГИ
РАНХиГС

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
School for Advanced Studies in the Humanities
Laboratory for Theoretical Folklore Studies

International Conference

Mediatization of Culture: Constructing New Texts and Practices

(November 30 – December 1, 2018)

Call for Papers

Identification and analysis of the changes in the world around us are one of the key tasks of social sciences and humanities. One of the ways to catch these changes is to make sense of mediatization that creates new types of interaction between the media and social institutes: the media not only transmit information but saturate the world around us and construct it together with other social institutes. In consequence of mediatization mass audience gets open access to science, education, health service, religion etc. influencing their functions at the same time.

Previous researches in this area were conducted within different theoretical frameworks: the theory of culture industry(ies) (the Frankfurt School: H. Marcuse, Th. Adorno, J. Habermas), social approach to communication (the Toronto School: H. Innis, M. McLuhan, Q. Fiore, D. Bell), the theory of mediatization of culture and society (K. Asp, A. Hepp, S. Hjarvard, F. Krotz, N. Couldry, K. Lundby), also N. Luhmann, P. Bourdieu, B. Latour et. al.

The focus on mediatization problematizes the concept of everyday life, which was traditionally defined through face-to-face communication. A significant part of communication is technically mediated, and the boundary between it and face-to-face interaction is blurred to indistinguishable. Consequently, the strategies for building identities, both individual and group, are changing. Online communication and a large variety of specialized media sources become an essential part of communities living under the conditions of deterritorialization. Accumulation and transfer of knowledge are partly moved to the same media space.

Political struggle, the success of which largely depends on the use of stable, recognizable models well-known to folklorists, also evolves into online struggle. Similar tactics of using folklore motifs and images can be traced in media. It affects the perception of folklore: the notion of folkloric characters and plots is often formed not so much by narratives / tales, epic songs and other folklore texts, but by the way they are presented in films, cartoons or commercials.

The intuitive idea that the media influence their audience should not only rest on theoretical concepts, it also requires field research. Arriving at their fieldwork locations, anthropologists often face the fact that local residents during the interview retell the stories of TV shows, serials or newspaper articles, weaving them even into the narratives of the “old

times”. TV or local newspapers have become an authoritative source of knowledge, legitimizing everyday practices.

Similarly, academic knowledge is refracted through the prism of media sources. On the one hand, it is forced to take into account the growing relativism, which is developing in many respects because of the new effects of mediatization and “post-truth” [Angermuller, 2017]. On the other hand, researchers have access to new opportunities through modern technologies (for example, adding video materials, creating electronic multimodal databases to scientific publications) and presenting the results of their research to a wider audience.

During the conference we propose to discuss the process of mediatization of culture, its effects and consequences, focusing on the following aspects (but not limited to them).

- **Theoretical approaches to the research on mediatization.** What concepts and methods should researchers use to take into account the changing media environment? How productive is it to use classical theoretical resources under these conditions? If a significant area of human interaction goes into the media field, how can we observe it?
- **Mediatization of academic knowledge.** Are there any transformations of scientific knowledge under the influence of mediatization? What are the new types of data that appear as a result of mediatization, and what are the ways of their processing (multimodal data, new software for quantitative / qualitative data processing)? Do they change humanitarian knowledge today? How are the results of academic research evaluated in the context of the idea of “post-truth”? How does the translation of academic knowledge into a language that is accessible to a wide audience work? What results of researches are chosen to be presented in media?
- **Mediatization of museums.** How does the museum space change through new technologies? Why do museums need media products? What do new technologies add to museums? How do media change the exhibitions? What are “virtual” museums? What becomes the object of museumification in “new museums”? (*in cooperation with Jewish Museum and Tolerance Center*)
- **Mediatization of memory.** What are the opportunities for the accumulation, storage and spread of knowledge about the past that the media environment provides (including the development of websites on cultural and historical memory, folklore and ethnographic databases, blogging, online diaries, social networking pages)?
- **Mediatization of everyday practices.** How do the media transform everyday practices? In which areas are the media becoming an important source, legitimizing the rules by which we live? What new spheres are open to the mass audience under the influence of mediatization, what effects does it cause?
- **Mediatization of identity.** How different are the strategies for identity construction happening in face-to-face interaction from construction strategies found in media environment? What are the strategies for building a personal identity in the media (through language and other semiotic means)? How is the identity of communities built in social networks?
- **Mediatization of folklore.** What is the media’s role in beliefs and development of cultural products? How are traditional views transformed when they get into the media environment? What are the semiotic and communicative aspects of the translation of

folklore into the language of the media? What is the specificity of modern adaptations of folklore (cinema, animation, advertising, etc.)? How does the secondary folklorization of the media text (movie-dependent anecdotes, etc.) occur?

- **Mediatization of political life.** Does political activity correlate with actions outside of the media environment? What new practices of political participation does the mediaization of political life develop? How real are the “twitter-revolution”, the launching of paper airplanes and similar phenomena? What is their ontological status?

Researchers (anthropologists, sociologists, philologists and representatives of related disciplines), as well as cultural and public figures are welcome to apply.

Please fill out the participant form before **September 10** following the link: <https://goo.gl/forms/UxUuDmKoyxZoLym33>

Notification of acceptance: no later than **September 20**. The Organizing Committee is considering the possibility of reimbursing participants' expenses for travels to / from Moscow and accommodation in the RANEPА hotel.

Conference languages are Russian and English.

You can find further information about the conference at <http://www.shagi.ranepa.ru> and <http://www.ruthenia.ru/folklore>

Please do not hesitate to ask any questions via shagifolk@gmail.com.

Organizing Committee:

Svetlana Amosova, invited organizer, Junior Researcher, Institute of Slavic studies, Russian Academy of Science, director of Research Center in the Jewish Museum

Maria Akhmetova, PhD, Senior Researcher, Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in the Humanities, RANEPА

Marina Baiduzh, Senior Researcher, Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in the Humanities, RANEPА

Irina Dushakova, invited organizer, media-projects manager of “Sefer” Center for Jewish Studies

Natalia Dushakova, PhD, Researcher, Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in the Humanities, RANEPА

Serghey Nekliudov, Doctor of Philology, Chief Researcher, Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in the Humanities, RANEPА

Nikita Petrov, PhD, Head of Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in the Humanities, RANEPА

Olga Khristoforova, Doctor of Philology, Leading Researcher, Laboratory for Theoretical Folklore Studies, School for Advanced Studies in the Humanities, RANEPА