

КУЛЬТУРА И ЕЕ ЦИФРОВОЙ ФОРМАТ. ИЗМЕНЕНИЯ В СОЦИУМЕ

В статье исследованы некоторые основные трансформации в человеческом опыте и социальной культуре, происходящие в цифровом мире. В ней рассматриваются различные аспекты культуры как информационной оболочки, являющейся творением человека, которые могут углубить понимание духовной и социальной культур цифрового общества. Поднимаются вопросы, связанные с процессом преобразования идентичности человека в реальной жизни в созданную им цифровую идентичность в системе социальных отношений, что генерирует появление новых моделей поведения в рамках цифровой культуры, обусловленных особенностями сетевого общества.

Динамичный мир, в котором мы живем, постоянно и очень быстро меняется. Повсеместное распространение информационно-коммуникационных технологий изменило наш опыт, который ныне погружен в новую действительность, значительно отличающуюся от привычной, тысячелетиями выстраиваемой социумом. При этом очевидно, что киберпространство не заменяет знакомую реальность, а дополняет и становится ее неотъемлемой частью.

Изменения, происходящие в целом в текущей социальной динамике, играют важную роль также и в отношении культуры. В век Интернета и мобильных технологий цифровая революция полностью проявляется в культурных изменениях, происходящих в обществе, которые обсуждаются в связи с такими преобразованиями, как стирание границ между реальностью и виртуальностью, между людьми, природой и артефактами, а также процессом перехода от нехватки информации к ее переизбытку.

Социальные и культурные аспекты общества формируют саму его природу. Из всех «неконтролируемых» факторов окружающей среды культура (или, по крайней мере, ее изучение) является одним из самых трудных. Культура – это совокупность всех ценностей, которые могут формироваться, различаться и возрождаться по отношению к ценностям, сохраняемым обществом.

Понятие культуры включает различные определения, количество которых давно превысило несколько сотен. Тайлоровское определение, что культура относится к различным способам знания, верованиям и этическим кодексам, консолидирующим общество, может быть продолжено важностью символических элементов и тем, какое эти символы имеют социально-историческое значение [1] или мидовским сосредоточием на организации общего поведения людей в обществе [2]. Сумма символов, привычек, правил, артефактов и других социальных элементов – это качества человеческой культуры. В обществе «изменились не виды деятельности человечества, а технологическая способность использовать в качестве прямой производительной силы то, что отличает человека от других биологических созданий, а именно способность обрабатывать и понимать символы» [3, с. 84].

Поскольку культура зависит от человеческого созидания и не имеет природного происхождения, она уникальна по своей сущности. В отличие от социума, в животном мире передача знаний осуществляется на инстинктивной основе, по генетически заложенной программе. Поэтому количество доступной для вида информации практически остается прежним от поколения к поколению. В человеческом обществе культура выстроила принципиально новый и удивительно разнообразный по своим возможностям тип информационного процесса, отсутствующий у животных. В культуре кодировка знаний происходит не генами, а знаковыми системами. Идеи и образы, выраженные в этих системах, отделены от индивидуума, приобретая независимое, неличностное существование. Они становятся социальной информацией, носителем которой является не отдельный человек, а социум, бытующая в нем культура. В отличие от биологической, социальная знаковая информация не исчезает со смертью человека, образуя внутри культуры специфический внегенетический «механизм» своей наследственности – социальную наследственность [4].

Как один из многочисленных вариантов определения культуры трактовка В. Терпстра выглядит следующим образом: «Интегрированная сумма усвоенных поведенческих черт, которые проявляются и разделяются членами общества» [5, р. 17]. Изменение алгоритмов человеческого поведения, по большей части вытекающих из модификации социума, опирается на перестройку условий существования, где мировоззрение формируется как в непосредственном (физическом), так и в виртуальном пространстве. У И. Левина и Д. Мамлока появляется понятие «гиперсвязанный» мир и его влияние на человеческий опыт. Это мир, в котором активно проявляется

феномен цифровой культуры, усиленный «гибридизацией онлайн и оффлайн-полей», где сеть превратилась в пространство человеческой коммуникации, повседневной деятельности и развлечения, в «антропопространство». К. Бэссет, говоря о необходимости построения социальной теории, учитывающей эти изменения, описывает новый этап развития цифровых технологий и их влияние на социум как этап «посткиберпространства» [6, с. 9].

Однако, пожалуй, самые важные метаморфозы в социуме связаны с заменой традиционной концепции человека как отдельной сущности новым онтологическим самовосприятием человека как информационного организма, взаимосвязанного со всем миром.

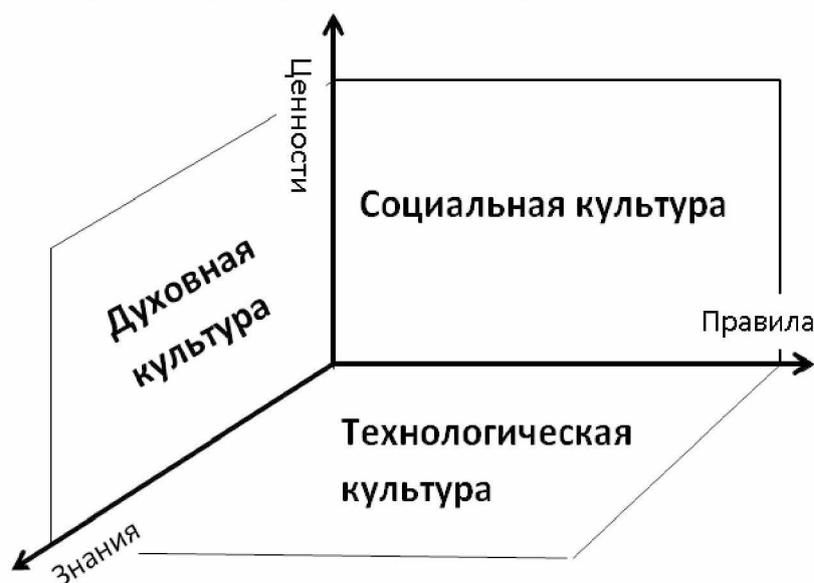
Рассматривая культуру как некую информационную оболочку, являющуюся творением человека, стоит, опираясь на ее информационную сущность, выявить выстроенные и еще зарождающиеся культурные особенности цифрового общества. Существует несколько подходов к изучению цифровой трансформации.

Как утверждает Й. Шварц, при погружении технических средств в повседневную жизнь «не существует чисто “социальных” явлений; вся человеческая деятельность предполагает некоторую степень технической интеграции» [7, р. 61]. Интересен взгляд А. Ачерби в его книге «Культурная эволюция в цифровую эпоху», где описываются некоторые аспекты человеческого опыта, преобразованные в результате коммуникативной революции [8].

Цифровые технологии Б. Стиглер определил как «фармакон» – *φάρμακον* (греч.) – термин [9], который в философии и критической теории представляет собой смесь двух: лекарство и яд, а то и трех значений [10]. Здесь речь идет о внутреннем напряжении цифрового мира и технологий, которые, с одной стороны, обещают предоставить больше возможностей для человеческой культуры, с другой – обладают и разрушительной силой. С его точки зрения, такой посыл ставит под угрозу герменевтические знания, лишает человека способности размышлять о переживаниях и разрушает социальную солидарность. Распространение дезинформации и рост разногласий в политических сферах являются воплощением предупреждения Б. Стиглера о возможностях и умении или неумении жить в эпоху разрушения. М. Кастельс исследует возникновение новой универсальной социальной структуры, проявляющейся при этом в различных формах в зависимости от разнообразия культур и институтов. Эта социальная структура ассоциируется у него с возникновением нового способа развития – информационализма, в свою очередь, сформировавшегося под воздействием перестройки капиталистического способа производства к концу XX в. «В новом, информациональном способе развития источник производительности заключается в технологии генерирования знаний, обработки информации и символической коммуникации. Разумеется, знания и информация являются критически важными элементами во всех способах развития, так как процесс производства всегда основан на некотором уровне знаний и на обработке информации» [3, с. 428].

Культура неотделима от информации, будучи информационной основой человеческого общества, жизненно важным условием его существования. Судя по всему, в цифровом обществе социальное бытие культуры представляет особый интерес. В киберпространстве у нее появляются две новых характеристики. С одной стороны, происходит сжатие пространства-времени, с другой – мир разрастается до параметров глобальной деревни, но при этом возникает нехватка реальных ощущений.

Одно из устоявшихся представлений о человеческой культуре – это форма «трехмерного пространства культуры», показанная на рисунке.



Культурное пространство.

Культурное пространство (рисунок) образовано тремя осями – знаниями, ценностями и правилами. Каждая пара осей образует плоскость, соответствующую одной из граней человеческой культуры. Духовная образована плоскостным соответствием осей знаний и ценностей; оси ценностей и правил образуют поле соответствия социальной культуре; технологическая представлена между осями норм и знаний.

В культурном пространстве аспект духовной культуры обычно определяется как наиболее влияющий, включая такие формы, как религия, искусство и философия. Духовная культура – это «познавательная и ценностная грань» культурного пространства. Точно так же оно включает в себя набор необходимых форм (этическую, правовую и политическую), которые определяют социальные отношения людей и их взаимодействия с обществом. Эти формы культуры отражают социальные ценности и идеалы, общие правила поведения, а также социальные отношения, определяемые как социальная культура. Технологическая культура в самом широком смысле относится к культуре освоения и обработки любого материала, созданию различных артефактов.

В 2013 г. вышеупомянутая трехмерная модель была впервые применена для представления цифровой культуры [11, р. 17]. Духовная составляющая

цифрового общества – явление уникальное. Прежде всего, этому способствует его внутренняя связь с виртуальным миром. Очевидно, что по мере того, как Интернет стал неотделимым компонентом жизни, присутствие в сети влияет на духовную культуру людей. Появление виртуальной сетевой жизни как неотъемлемой части реальной имеет большое значение для формирования личности. Самое интимное, что может быть, – собственная личность, собственное «я» – в значительной степени подвержено влиянию цифровых технологий [12]. Было бы справедливо предположить, что индивидуализацию можно рассматривать как основное движение, характеризующее духовную культуру в цифровую эпоху.

Технологический компонент культуры цифрового общества зависит от информационных технологий. Переход от материальных технологий к информационным служит показателем очень серьезных изменений. Основой современной технологической культуры в значительной степени является рациональность, что не означает потерю духовности, тем не менее определяя важную роль «научно-технической рациональности» в изменении почти каждой из сфер современной культуры.

Если традиционная среда строилась по законам природы, то и в технологическом смысле природа была источником энергии как основы жизни. Нынешний развивающийся континуум определяется технологиями машинного обучения, основанными на анализе Big Data, заменяя энергию информацией как «основным источником» жизни человека. Познаваемая среда «оцифровывает» человеческие взаимодействия, естественным путем встраиваясь в них. Таким образом, все составляющие современной культуры, тесным образом взаимодействуя, образуют целостный ландшафт цифровой эпохи.

А. Ачерби исследует, как на динамику культурной эволюции может повлиять тот факт, что в цифровом формате передача культурных ценностей высокоточна и практически безошибочна. Это явное отклонение от условий «доцифровой» эпохи, когда элементы культуры обычно претерпевали трансформацию при переходе от одного человека к другому. Кроме того, цифровая передача культурных ценностей характеризуется такими особенностями, как скорость, возможность комбинировать письменный и аудиовизуальный компоненты и многим другим. Возникает серьезный вопрос, как взаимодействие этих новых функций будет влиять на то, какой содержательный контент будет распространяться в социуме с большей вероятностью и каким будет его влияние [13].

Социальная составляющая цифрового общества определяется правилами, ценностями и идеалами, которые «выстраивают» поведение людей в обществе и их социальные взаимодействия. Основные формы социальной культуры включают этическую, правовую и политическую культуры.

Духовные и социальные аспекты культуры имеют ряд существенных отличий. Если к достижению личных духовных ценностей индивид может стремиться «свободным» от норм общества, прикладывая собственные

независимые усилия, будучи самодостаточным, в некоторых случаях безуспешно проведя всю свою жизнь в борьбе за общественное признание значимости своих произведений, то ценности социальной культуры не могут быть достигнуты в одиночку. Милосердие, равенство, человечность, закон и порядок, демократия и гражданские свободы реализуются только в отношениях между людьми. Невозможно вдохновить публику, оставаясь вне социальных связей.

Если продукты духовной культуры ценны сами по себе, как высший смысл человеческого бытия, даже если они существуют только в воображении людей и не воплощены в жизнь, то ценности и идеалы социального порядка «предназначены» для воплощения их в «реальной» жизни. Духовная культура не утилитарна, возвышая, она не может устанавливать и блюсти нормы поведения в обществе, в то время как социальная культура включает в себя ценности и нормы, правила поведения и взаимодействия людей в обществе, соблюдение которых контролируется общественным мнением, правоохранительными органами и государством. И такой «коллективизм» и специфика социальной культуры наиболее ярко выражается в цифровом обществе в новой динамике формирования « сетевого » общественного сознания.

Важной особенностью сетевого общества является его динамичный характер и способность людей быть как потребителями, так и производителями контента. Эффективное общение между людьми требует быстрой реакции на любое сетевое событие. Жизнь в гиперинтенсивном обществе делает запоздалые ответы или реакции на контент неуместными. Рациональность сетевого общества выражает идею о том, что эффективное общение не может быть достигнуто без постоянной активности по всей сети. В этом отношении процесс социализации кардинально изменился и приобрел новые характеристики. Социальный характер сети противоречит иерархическим моделям коммуникации, в которых доминируют принципы вертикального статуса и подавления. Сеть превращает взаимодействие между пользователями в обычное социальное общение и выводит его на более высокий уровень развития цифрового общества.

Эффект маленького мира был обнаружен в знаменитом эксперименте, проведенном в 1960-х годах Ст. Милгрэмом, в котором письма, передаваемые от человека к человеку, могли достичь назначенной цели, своего конечного пункта всего за небольшое количество шагов (знаменитые шесть шагов). В свое время это новаторское исследование социальной взаимосвязанности удивляло и интриговало, потому что предполагало, что, несмотря на огромные размеры нашего социума, в нем легко ориентироваться, следуя социальным связям от одного человека к другому. Сейчас подобный эффект наблюдается в большом количестве различных социальных сетей. Эффект микромира имеет значение для динамических процессов, происходящих в реальных взаимодействиях, но в первую очередь для происходящих в пространстве виртуальном (например, скорость распространения информации по сети и т. д.).

Социальные сети вышли за рамки цифровой социализации и стали витриной цифровой идентичности. «Первые исторические шаги информационных обществ характеризуются преобладанием идентичности как организующего принципа. Под идентичностью понимается процесс, через который социальный актор узнает себя и конструирует смыслы, главным образом, на основе данного культурного свойства или совокупности свойств, исключая более широкую соотнесенность с другими социальными структурами» [3, с. 29].

Многие социологические и социально-психологические подходы предполагают, что социальный характер человека возникает и формируется в соответствии с разнообразием социальных отношений, которые у него есть. Цифровые идентификаторы, отличающиеся от личности индивида, трансформируются в дискурсивные индикаторы, отрываясь от реального времени и пространства, а также усиливают друг друга демонстрацией, присущей цифровому миру.

Это ярко проявляется в стиле использования сетевой активности. Интеллектуальная, творческая деятельность человека требует исключительного авторского права на контент в традиционном обществе, где люди привыкли делиться с другими исключительно результатами своей работы. Даже на ранних этапах цифровой эры люди делились только конечными продуктами своих творений – медиаконтентом и сообщениями в социальных сетях. Другими словами, они делились своими успехами [14]. В современной «цифре» люди начали делиться практически всем, не только результатами, но и процессами творчества. Этот принцип становится все более универсальным, регулярным и желательным, выступая в качестве рутинной практики.

Такой подход противоречит традиционным принципам авторского «владения» созданным артефактом, при этом ярко характеризует существенную черту социальной культуры цифрового общества. Переход от традиционных форм творчества к более открытому пространству, где люди делятся своим контентом на разных этапах, является символическим и значимым, поскольку он расставляет новые акценты в творческих взаимоотношениях.

В своей работе Дж. Херинг называет общую тенденцию постоянно делиться всем «транспаризацией», определяя ее как процесс перехода к «прозрачности» человеческих взаимодействий и гипероткрытости общества. Предполагается, что транспаризация социальной культуры уравнивает индивидуализацию духовной культуры и эти две альтернативные тенденции влияют на формирование социальной культуры цифрового общества. Изучение взаимодействия и совместной динамики индивидуализации и транспаризации тесно связано с такими существенными понятиями, как «я в отношениях» [15] и аспектами самооценки человека. Не следует забывать, что цифровая культура может освободить нас как личностей, но она также может и «заключить» нас в тюрьму.

Идентичность в системе социальных отношений находится в перманентном развитии со смыслом и опытом. Человек в процессе социализации пытается интегрироваться с идеалами и кодексами поведения, принадлежащими социальной структуре, к которой он, по его мнению, принадлежит, с кодами реальной жизни, воспринимаемой органами чувств. Цифровая идентичность создается таким же образом, как и его/ее реальная идентичность в соответствии с группой, членом которой он является. Самая существенная разница между ними – видимость. Идентичность человека в реальной жизни преобразовывается созданной им цифровой идентичностью, и на макроуровне культура реальной жизни часто управляется создаваемой цифровой культурой.

При этом генерируются и новые модели поведения в рамках цифровой культуры. Появляется мировоззрение, являющееся частью цифровой культуры, которое представляет собой новую кодировку и привычки как фрагментированные, отредактированные, связанные и подключенные к Интернету. «Цифра» погружает людей в искусственную среду, навязываемую и поощряемую, где человек становится свидетелем изменений, которые испытывают традиционные формы бытования культуры.

Дигитализация культуры в первую очередь является результатом абстрагирования людей от реальной жизни. «Новая» идентичность, созданная и создаваемая людьми в виртуальном мире, вызывает эффект суперактивного влияния на других людей и реальную жизнь, что, в свою очередь, приводит к серьезным изменениям в концепции культуры.

Новые интерактивные области представляют собой очень удобное поле для формирования изменений в социуме. Диалоговый характер новых медиа, в частности, подготавливает среду для реализации стратегий, которые облегчают работу массового производства. Люди могут легко создавать в цифровом формате те типы социальных отношений, которые они не могут создать в реальной жизни. Именно так индивид вступает в процесс реконструкции цифровой идентичности, трансформируя реальную, добавляя новые качества, изменяя социальную культуру. Однако в случае платформ социальных сетей человек воссоздает не только свое поведение, а и визуальные коды. У современного человека достаточно времени и свободы в социальных сетях, чтобы создавать цифровое «я», которое он не может создать в реальном мире.

Общая культура общества является основой для социализации и социального устройства. Модернизация и технологические усовершенствования вносят изменения в общественную и частную жизнь в любом обществе. Эти изменения могут быть резкими или незаметными в зависимости от скорости, с которой приходят технологические новшества. В XXI веке мы переживаем резкий переход от массовой культуры к цифровой, где возрастные и экономические факторы играют определяющую роль в фазе адаптации. Изменения в формах общения в рамках цифровой культуры и формируют новый тип социума.

Концепция цифровой культуры – сложная конструкция, которая включает глобализационные процессы, популяризацию культуры, сетевые сообщества, новые медиа, игровые практики, цифровую рекламу, потребление, надзор и еще многие составляющие. Она многослойна и отличается от любого предыдущего типа культуры в плане структуры и распространения. В частности, давление, создаваемое новыми медиа в форме аккультурации, важно с точки зрения быстрого и эффективного влияния, невероятно скоростного выхода на большие массы. Цифра «требует», чтобы у человека было с технической точки зрения недорогое и совместимое устройство (телефон или компьютер), предлагая пользователям возможность построить новый мир, включающий в себя реальность внутри общественного виртуального социума, охватывая все конкретные социальные практики, начиная с политики и заканчивая любимыми самыми экзотическими интересами.

Поскольку жизнь в цифровой среде – относительно новое явление, история нашей новой киберсреды обитания лаконична. Теоретические исследования цифровой революции как культурного феномена отражают известные цифровые преобразования общества и открывают путь к будущему изучению социума путем анализа ожидаемых возникающих антропологических, социальных и технологических явлений. Несомненно, тенденции, характеризующие духовные, социальные и технологические аспекты культуры цифрового общества, раскрывают пути трансформации людьми своей собственной уникальной духовной культуры в цифровом мире, создание «гибрида» идентичности в соответствии с тенденциями индивидуализации, транспаризации и познания.

В результате человек оказывается в своеобразном личностном культурном микромире, сформированном в соответствии с его склонностями и приоритетами. Создание микромиров сопровождается, усиливается и активно поддерживается цифровой средой. Как будет дальше меняться «оцифрованный» социум, какова будет культурная трансмиссия – темы весьма актуальные для любого общества и подходят для теоретического и методологического осмысления. Для более углубленного изучения необходимы эмпирические исследования и моделирование, и, возможно, приведенный в статье анализ сможет дать некоторые отправные точки.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Тайлор, Э.* Первобытная культура / Э. Тайлор. – М.: Изд-во полит. литературы, 1989. – 576 с.
2. *Мид, Дж. Г.* Избранное: сб. переводов / Дж. Г. Мид; сост. и пер. с англ. В. Г. Николаев. – М.: ИНИОН РАН, 2009. – 290 с.
3. *Кастельс, М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ. – 2000. – 608 с.
4. *Кармин, А. С.* Культурология: учеб. пособие / А. С. Кармин. – 2-е изд. – СПб.: Лань, 2003. – 290 с.
5. *Terpstra, V.* International Marketing / V. Terpstra. – Fort Worth: Dryden Press, 2000. – 753 p.

6. Соколова, Н. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху / Н. Соколова // Международный журнал исследований культуры. – 2012. – 3(8). – С. 6–10.
7. Shhwarz, J. A. Umwelt and Individuation: Digital Signals and Technical Being. In Digital Existence: Ontology, Ethics, and Transcendence in Digital Culture / J. A. Shhwarz; Ed. A. Lagerkvist. – N. Y. : Routledge, 2019. – 61 p.
8. Acerbi, A. Cultural evolution in the digital age / A. Acerbi. – Oxford Univ. Press. – 2019. – 272 p.
9. Stiegler, B. The Age of Disruption: Technology and Madness in Computational Capitalism / B. Stiegler. – Cambridge : Polity Press, 2019. – 418 p.
10. Wiki [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ru.qaz.wiki/wiki/Pharmakon_\(philosophy\)](https://ru.qaz.wiki/wiki/Pharmakon_(philosophy)). – Дата доступа: 20.02.2021.
11. Levin, I. Cultural Trends in a Digital Society / I. Levin // Proc. of the 10th Intern. Symposium on Tools and Methods of Competitive Engineering TMCE, Hungary, 19–23 May 2014; Ed. by I. Horváth, Z. Rusák. – Budapest, 2014. – P. 13–21.
12. Levin, I. Personalization of Learning Environments in a Post-industrial Class // Social Media in Higher Education: Teaching in Web 2.0 / I. Levin, A. Kojukhov, M. Patrut, B. Patrut. – PA, USA, 2013. – P. 105–123.
13. Acerbi, A. A Cultural Evolution Approach to Digital Media / A. Acerbi // Frontiers in Human Neuroscience. – 2016. – № 10. – P. 1–12.
14. Kelly, K. The Inevitable / K. Kelly. – N. Y. : Penguin Group, 2016. – 336 p.
15. Herring, J. Law and the Relational Self / J. Herring. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2019. – 270 p.

Поступила в редакцию 28.04.2021