

В.А.Иванова

## КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА И ПРОЦЕСС ЦИФРОВИЗАЦИИ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Процесс цифровизации оказывает колоссальное воздействие на все стороны жизни и деятельности человека, в том числе на сферу культуры. Теперь она развивается в рамках цифровой экономики. Новые технологии помогают демонстрировать культурное многообразие, облегчают распространение культурной продукции, расширяют возможности обмена информацией и идеями. При этом культура лишилась своей автономии и подчиняется законам рынка. Обмен культурными ценностями проходит в логике экономических отношений. В сфере культурной политики делается предположение о возможности достижения свободы поиска информации, равенства доступа к культурным благам, а также передачи национальных традиций и ценностей посредством расширения цифровой инфраструктуры. Статья посвящена критике данного подхода и обоснованию необходимости поиска нового пути развития культуры в условиях цифровизации.

**Ключевые слова:** цифровизация, культурная политика, цифровая копия, производство культурных продуктов, «поколение Z», система ценностей

Начиная с эпохи Нового времени и по сегодняшний день культура прошла три не противоречащих, но последовательных друг другу процесса: рационализации, массовизации (индустриализации), цифровизации. В традиционной культуре чувства, ум и вера человека взаимодействовали между собой и дополняли друг друга. Впоследствии разум подавил все остальное и начал доминировать. Главным в новоевропейской культуре стало деятельное отношение и изменение внешнего мира. Процесс этой трансформации воспринимался как движущая сила общества. За провозглашенным главенством разума последовала дискредитация и умаление всего не укладывающегося в его границы до уровня субъективного, вымышленного, несущественного [1].

Т.Адорно и М.Хоркхаймер отождествляли рационализацию мира с волей к власти над ним. Они же в «Диалектике просвещения» подвергли критике процессы массовизации и индустриализации культуры с ее тиражированием и стандартизацией искусства, а также усреднением человеческого ума и вкуса [2]. В то же время, в своем труде «Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма» Ф.Джеймисон отмечает, что в результате смены экономической модели происходит расцвет культурных индустрий, а сама культура теряет автономию и теперь она неотделима от рынка. Объекты культуры рассматриваются в связи с их товарным статусом, а не исходя из их культурной ценности. Любые высказывания вне логики капитала становятся принципиально невозможны [3].

В настоящее время культура непосредственно испытывает на себе последствия следующего технологического скачка, связанного с компьютеризацией и цифровизацией. Центральное понятие этого процесса — «цифра» — выражает идею порядка, созданного из хаоса, а также идею преобладания количества над качеством. По мнению М.Элиаде, сделать что-либо становится возможным, только познав его логическую формулу. Подсчитать что-либо — означает установить над этим собственную когнитивную власть [4]. Таким образом, возникает «цифровая магия» власти. Отныне стремление к власти выражается не только в рационализации мира, но и в его цифровизации.

Новая социально-экономическая деятельность основывается на интенсивном формировании глобальной информационно-коммуникационной среды, что приводит к появлению нового уровня наукоемких информационных технологий [5] и возникновению цифровой экономики. Основоположник концепта «цифровой экономики» Н.Негропonte утверждал: «Когда информация воплощается в атомах, существует потребность их доставки во всех видах средств индустриальной эпохи и огромных корпораций. Однако когда все переходит на бит, традиционные формы больше оказываются не нужны» [6]. Возникает и активно развивается миф о том, что только реализация цифровых технологий приводит преимущественно к положительным трансформациям экономических, социальных, культурных процессов.

При этом, главным ресурсом наряду с цифровыми технологиями становятся идеи, коммуникации, информация [7]. Это позволяет воспроизвести в цифровой среде часть функций и видов деятельности, которые ранее выполнялись исключительно человеком. Возникают товары и услуги, имеющие исключительно цифровой вид («цифровые продукты»). Приобрести эти товары и услуги может каждый потребитель, который обладает необходимыми цифровыми технологиями и должным уровнем информационной грамотности. В результате этих изменений сфера культуры подвергается критическим переменам. После частичного перехода в сферу товаров и услуг, и в плоскость цифровых продуктов, на нее стали влиять такие компании, которые по своей сути не являются производителями культуры. Например, это очень мощные веб-компании «Google», «Amazon», «Apple», «Facebook», «Tencent». Они осуществляют реализацию задач в своей сфере деятельности, но при этом активно участвуют и в создании стоимости культурных индустрий [8].

ЮНЕСКО констатирует повышение роли культуры в мире, отмечая при этом, что: «Культурное потребление возросло, спектр продуктов расширился, и теперь «продукт» стал носителем информации для большинства типов культурного опыта. <...> Цифровая технология коренным образом изменила способ

производства и распространения культурной продукции. Прежде всего, это относится к Интернету, все шире используемому для распространения различных продуктов культуры через один и тот же носитель информации. Глобализация привела к интернационализации потоков товаров и услуг, а также к общемировому обмену идеями, людьми и капиталом. Культурное многообразие и взаимное проникновение культур создали новые продукты, новые обычаи и множественные идентичности» [8, с. 63]. Это демонстрирует не только повышение роли культуры в современном мире, но отношение к ней как к экономической операции — обмен ценностями в рамках существующей аксиологической системы. В понимании Б.Гройса также присутствует и инновационный момент, представляющий собой переоценку ценности доступного ранее, а не выявление скрытого [9]. Опираясь на это мнение, возможно предположить, что цифровые технологии в сфере культуры, представляемые в качестве инновационных, на самом деле не помогают развивать культуру через производство новых ценностей и благ, а лишь только демонстрируют их наличие таким образом, чтобы улучшить их товарный вид и повысить на них спрос.

Поддерживая мировые тенденции, в России также был выбран курс на формирование информационного общества, активизации процессов цифровизации во всех сферах деятельности, в том числе и в культуре. Указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 была утверждена новая «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017—2030 годы». Целью «Стратегии» является создание условий для формирования в Российской Федерации общества знаний. К основным принципам развития ИКТ в России отнесены: а) обеспечение прав граждан на доступ к информации; б) обеспечение свободы выбора средств получения знаний при работе с информацией; в) сохранение традиционных и привычных для граждан (отличных от цифровых) форм получения товаров и услуг; г) приоритет традиционных российских духовно-нравственных ценностей и соблюдение основанных на этих ценностях норм поведения при использовании информационных и коммуникационных технологий [5, с. 13].

В 2018 году Министерством культуры Российской Федерации разработан прогноз развития сферы культуры, в котором предполагается, что к 2036 году будут достигнуты цели, среди которых обеспечение широкого внедрения цифровых технологий в культурное пространство страны (виртуальные концертные залы, оцифровка книжных фондов, цифровые гиды и онлайн-трансляции). Также, в декабре 2018 года президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам утвержден паспорт национального проекта «Культура», предусматривающий увеличение числа обращений к цифровым ресурсам в сфере культуры [10, с. 198-199]. Обращает на себя внимание то, что основной акцент в указанных документах делается на ценностях информационного равенства, свободы выбора и общедоступности знаний, а также важности сохранения традиционных ценностей в обществе.

Предполагается, что информационное равенство и свобода выбора (информации, услуг и прочих благ) может быть достигнута повсеместным распространением цифровых технологий. На сегодняшний день качество цифровой инфраструктуры в разных регионах России сильно различается в зависимости от уровня Интернет-доступа, скорости подключения, темпов и масштабов развития [8]. Однако даже при условии, что во всех уголках нашей страны будет высококачественная цифровая инфраструктура, обеспечит ли это те ценности, на которые опираются названные выше Стратегия развития информационного общества и цели Министерства культуры?

Не поддается сомнению, что виртуальная сеть представляет собой интерактивное цифровое общество, где все изменения происходят в режиме реального времени. Постоянное и прямое взаимодействие «пользователей» и «программ» минимизируют роль посредников в лице бюрократических иерархий [7], что позволяет говорить о высоком уровне свободы в подобном обществе. Виртуальное социальное пространство дает возможность создавать свой виртуальный мир и не зависеть от общества, беспрепятственно выражать себя. Однако оценка качества деятельности социально-культурных институтов в цифровую эпоху [11] показала, что расширяющееся информационно-сетевое пространство и популярность виртуальных социальных сетей укрепила в обществе чувство коллективизма. А индивидуализм, предполагающий независимость действий субъектов друг от друга, напротив, в цифровом обществе стал менее ощутим. Но при этом чувство свободы продолжает расти. Почему так происходит? Виртуальная сеть состоит из постоянно взаимодействующих узлов. Они действуют на основе бинарной логики: все, что входит в сеть полезно для нее, все, что не входит — не существует с точки зрения сети. Если узел сети перестает выполнять полезную функцию, сеть его отторгает [7]. Формально свобода гарантируется всем пользователям виртуальной социальной сети, однако личность обязана вписывать свой образ мыслей в установленную систему. Таким образом, происходит самоотжествление личности с коллективом (массой) и распространяется псевдоиндивидуальность [12].

Также отметим, что избыточность информации в сети Интернет способна дезориентировать потребителя, что часто является причиной не осознанного, а поверхностного потребления. При доступности цифровых культурных услуг, потребитель попадает в так называемую ловушку разнообразия, где большое значение приобретают паттерны культурного потребления, которые на самом деле сужают выбор [8].

При этом цифровые технологии часто представляются в виде панацеи от различных проявлений социальной дисгармонии, например информационного неравенства, различий в качестве предоставляемых услуг и прочее. Однако при более детальном рассмотрении обнаруживается, что простое наличие цифровых технологий не является гарантом свободы выбора и общедоступности информации. Во многом это зависит от поведенческих и в особенности ценностных установок пользователей. Как было указано выше, Стратегия

развития информационного общества опирается на принцип сохранения системы «определённых социальных отношений и присущих им ценностей» [13, с. 213]. Это возможно только при условии, что инновационные технологии способны транслировать и традиционные ценности. Если культура, представленная в материальном мире в виде предметов искусства, институтов культуры, творческих процессов, в духовной сфере предстает в качестве смыслодержательной и ценностнодержательной сферы, то способна ли цифровая среда, которая в материальной действительности представлена в виде разнообразных технических устройств, дублировать не только материальную оболочку культуры, но и ее смысловые и ценностные комплексы?

Ключевой категорией для ситуации постмодерна является воспроизводство. Цифровая культура обладает возможностями трансляции информации о культуре и позволяет воспроизводить культуру средствами промышленного производства. Однако таким образом не обеспечивается продуктивность культуры, а только распространение информации о ней [12]. В постиндустриальном обществе представление о реальности чего—либо формируется на основании доступной об этой реальности информации. Так, образы институтов культуры, транслирующихся в медиaprостранстве, являются вполне реальными для пользователей виртуальных сетей. Хотя в действительности эти образы являются только цифровыми копиями своих прототипов [14]. Следовательно, объект культуры, попадая из реального мира в цифровую плоскость, лишается статуса подлинника и становится просто носителем информации. Современные технологии позволяют перенести в цифровую среду не саму ценность, а только ценностно-содержательную информацию. Виртуализированные ценности находятся в когнитивно-эмоциональной сфере, воздействует на эмоциональное состояние личности. Однако, раскодировать ценностно-содержательную информацию возможно только на уровне поведенческой сферы, которая реализуется в социально-культурном пространстве. Современное виртуальное пространство предлагает множество моделей поведения и деятельности, но создавать условия для реализации поведения субъектов взаимодействия не может [15].

Многие исследователи общей теории сетевой коммуникации, такие как С.М.Аракелян, Ю.Н.Троегубов, Л.Л.Реснянская, Р.В.Кончаковский, М.В.Ростовцева, Н.Б.Стрекалова, В.В.Шахмартова, отмечают, что за счет мощного развития информатизации происходит видоизменение статуса и роли духовно-нравственных ценностей. Сегодня принято выделять поколение, которое целиком сформировалось в информационную эпоху и не застало мир без цифровых технологий. Его называют “Digital Natives”, “Net Generation”, но чаще — «поколение Z». Как пишут А.А.Воскресенский, В.А.Рабош и А.Г.Сунягина, «они живут в Интернете и социальных сетях практически с рождения, что накладывает колоссальный отпечаток на всю систему ценностей этого поколения, формируя новое ценностномировоззренческое ядро молодежи».

Российские исследователи провели анализ системы ценностей представителей «поколения Z». Он показал, что на уровне нормативных идеалов для молодежи «поколения Z» приоритетными оказываются такие представления о должном, как самостоятельность, достижения и безопасность. Наименее значимы — универсализм, стимуляция, власть и традиции. На уровне индивидуальных приоритетов, соответствующих реальному социальному поведению, иерархия ценностей «поколения Z» отличается: ведущие позиции занимают самостоятельность, гедонизм и доброта, наименьшую значимость имеют безопасность, конформность, власть и традиции [16].

Исходя из этих данных, становится очевидным, что для представителей «поколения Z» наибольшей ценностью является самостоятельность, при этом они готовы пренебречь сложившимися в обществе традициями. Важно, что среди жителей «глубинки», где развитие цифровых технологий проходит не так интенсивно, как в крупных городах, больше прослеживается преемственность традиций и ценностных ориентиров [17]. Кроме того, наблюдается не критическое отношение к интернет-контенту на фоне растущей критики в отношении информации, идущей со стороны традиционных институтов социализации [17]. Это позволяет нам сделать вывод, что цифровые технологии не способствуют сохранению традиционных ценностей в обществе и, вероятно, просто не способны их передавать.

Таким образом, мы видим, что процесс цифровизации в сфере культуры является последовательным продолжением процессов рационализации и массовизации (индустриализации). Культура, постепенно лишаясь своей автономии, представляется в рыночной логике. Все чаще речь идет не о передаче смыслов и ценностей, а о распространении культурного продукта, культурного блага. Это свидетельствует о том, что культура в современном мире является экономической операцией. А процесс цифровизации впервые в истории позволил усомниться в ценности подлинника, бесконечно возвышая над ним значимость цифровой копии. Вместе с тем, широко распространяется заблуждение, что культурными смыслами и ценностями наделена не только сфера культуры, но и средства ее воспроизводства, а именно цифровые технологии. Однако существуют веские основания предполагать, что цифровые виртуальные сети не только не передают традиционные ценности новому поколению, но и ставят их под сомнение. Весьма условными оказались и возможности цифровой инфраструктуры в достижении информационного равенства и свободы доступа к культурным благам. В цифровой среде выбор контента потребителем в большой степени детерминирован массовым сознанием, а ценность культурного продукта определяется его способностью выполнять функции просвещения и развлечения.

Учитывая изложенные наблюдения закономерен вывод о том, что современная культурная политика в России нуждается в пересмотре. Цели, поставленные перед сферой культуры сегодня, не могут быть достигнуты простым расширением цифровой инфраструктуры. Новая модель развития культуры должна

предложить гармоничное взаимодействие сферы культуры и цифровых технологий, которое обеспечит передачу смыслов и ценностей без потерь их существенных характеристик. Необходимо, чтобы культурная политика ориентировалась не только на увеличение количественных показателей применения инновационных цифровых технологий, но и на улучшение качественных показателей, отражающих позитивные тенденции, происходящие в мире человека. На данный момент эта проблема является нерешенной и требует внимания со стороны научного сообщества. Поиск новых путей развития культуры в условиях цифровизации может и должен стать темой самостоятельного научного исследования.

1. Петров И.Ф. Духовный кризис как следствие рационализации общества // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2019. № 7-1. С. 138-142.
2. Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения: философские фрагменты. М.; СПб.: Медиум, Ювентп, 1997. 312 с.
3. Афанасов Н. В поисках утраченной современности // Социологическое образование. 2019. Т. 18. № 1. С. 256-265.
4. Исаев И.А. «Цифровая магия» власти: первая управленческая революция // Lex Russica. 2019. № 5(150). С. 9-29.
5. Кузнецов П.У. Концептуальные условия государственной политики в сфере цифровой трансформации общества // Российское право. Образование. Практика. Наука. 2018. № 6. С. 12-17.
6. Negroponte N. Bits and Atoms. The Wired [Электр. ресурс]. URL: <https://www.wired.com/1995/01/negroponte-30/> (дата обращения: 29.04.2020).
7. Подопригора А.В. Левиафан и сеть: философия власти в цифровом обществе // Социум и власть. 2018. № 2(70). С. 7-17.
8. Богатырева Т.Г. Цифровая культурная политика: возможности формирования и перспективы влияния на развитие современного медиaproстранства // Коммуникология: электронный научный журнал. 2018. Т. 3. № 3. С. 61-73.
9. Гройс Б. О новом. Опыт экономики культуры. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 238 с.
10. Дугужева М.Х. Трансформация законодательства о культуре в условиях цифровизации // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2019. Вып. 44. С. 190-208.
11. Коблова Ю.А. Оценка качества институтов в условиях цифровой экономики // Вестник СГСЭУ. 2019. № 2(76). С. 35-41.
12. Соколова Е.В. Культура как индустрия: сущность, критика, экономика // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. 2019. № 1. С. 71-81.
13. Маленко С.А., Некита А.Г. Археология Самости: архетипические образы осуществления Человеческого и формы его социального оборотничества. Монография. Великий Новгород: ИПЦ НовГУ, 2008. 298 с.
14. Сидоров В.А. Подлинное или «цифровое мнимое»? институты культуры в медийной среде // Гуманитарный вектор. 2019. Т. 14. № 5. С. 68-76.
15. Молчан Э.М. Влияние цифровизации на формирование духовно-нравственных ценностей субъектов взаимодействия в эпоху глобализации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философия науки. 2019. № 2. С. 55-66.
16. Система ценностных ориентаций «поколения Z»: социальные, культурные и демографические детерминанты / М.С.Яницкий [и др.] // Сибирский психологический журнал. 2019. № 72. С. 46-67.
17. Головчин М.А. Влияние интернет-активности на жизнь в эпоху цифровизации общества и экономики: на данных регионального исследования // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. Т. 13. № 3. С. 1356-1369.

#### References

1. Petrov I.F. Duhovnyy krizis kak sledstvie racionalizacii obshhestva [A spiritual crisis as a result of the rationalization of social development]. International Journal of Humanities and Natural Sciences, 2019, no. 7-1, pp. 138-142. doi:10.24411/2500-1000-2019-11388
2. Adorno T., Horkhaymer M. Dialektika Prosveshheniya: Filosofskie fragmenty [Dialectics of enlightenment]. Moscow, Saint-Petersburg, Medium, Juventp Publ., 1997. 312 p.
3. Afanasov N. V poiskah utrachennoy sovremenosti [In search of lost modernity]. Sociologicheskoe obrazovanie, 2019, vol. 18, no. 1, pp. 256-265.
4. Isaev I.A. "Cifrovaya magiya" vlasti: pervaya upravlencheskaya revol'uciya ["Digital magic" of power]. Lex Russica, 2019, no. 5(150), pp. 9-29. doi: 10.17803/1729-5920.2019.150.5.009-029.
5. Kuznecov P.U. Konceptual'nye usloviya gosudarstvennoy politiki v sfere cifrovoy transformacii obshhestva [Conceptual conditions of the state policy in the field of digital transformation of society]. Rossiyskoe pravo, Obrazovanie, Praktika, Nauka, 2018, no. 6, pp. 12-17.
6. Negroponte N. Bits and Atoms. The Wired. Available at: <https://www.wired.com/1995/01/negroponte-30/> (accessed: 29.04.2020).
7. Podoprighora A.V. Levifan i set': filosofiya vlasti v cifrovom obshhestve [The Leviathan and the network]. Socium i vlast', 2018, no. 2(70), pp. 7-17.
8. Bogatyreva T.G. Cifrovaya kul'turnaya politika: vozmozhnosti formirovaniya i perspektivy vliyaniya na razvitie sovremennogo mediaprostranstva [Digital cultural policy]. Kommunikologiya: yelektronnyy nauchnyy zhurnal, 2018, vol. 3, no 3, pp. 61-73.
9. Groys B. O novom: opyt yekonomiki kul'tury [About new]. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2015. 238 p.
10. Duguzheva M.H. Transformaciya zakonodatel'stva o kul'ture v usloviyah cifrovizacii [Transformation of the legislation on culture in the context of digitalization]. Vestnik Permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki, 2019, no. 44, pp. 190-208. doi: 10.17072/1995-4190-2019-44-190-208.
11. Koblova Yu.A. Ocenka kachestva institutov v usloviyah cifrovoy ekonomiki [Assessing the quality of institutions in the digital economy]. Vestnik SGSJeU, 2019, no. 2(76), pp. 35-41.
12. Sokolova E.V. Kul'tura kak industriya: sushhnost', kritika, ekonomika. Social'nye i gumanitarnye nauki [Culture as an industry]. Otechestvennaya i zarubezhnaya literature, 2019, no. 1, pp. 71-81.
13. Malenko S.A., Nekita A.G. Arkheologiya Samosti [Archaeology Of The Self]: arkhetipicheskiye obrazy osushchestvleniya Chelovecheskogo i formy ego sotsial'nogo obrorotnichestva. Monografiya. Velikiy Novgorod, 2008. 298 p.
14. Sidorov V.A. Podlinnoe ili "cifrovoe mnimoe"? instituty kul'tury v mediynoy sfere [Genuine or "digital imaginary"?]. Gumanitarnyy vector, 2019, vol. 14, no. 5, pp. 68-76. doi: 10.21209/1996-7853-2019-14-5-68-76.
15. Molchan Ye.M. Vliyanie cifrovizacii na formirovanie duhovno-nravstvennykh cennostey sub'ektov vzaimodeystviya v epohu globalizacii [The impact of gigitalization on the formation of spiritual and moral values of the subjects of interaction in global age]. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Filosofiya nauki, 2019, no. 2, pp. 55-66. doi: 10.18384/2310-7227-2019-2-55-66.
16. Yanitskiy M.S. [et al]. Sistema cennostnykh orientaciy "pokoleniya Z": social'nye, kul'turnye i demograficheskie determinanty [The value orientations system of generation Z]. Sibirskiy psihologicheskii zhurnal, 2019, no. 72, pp. 46-67. doi: 10.17223/17267080/72/3.

17. Golovchin M.A. Vliyaniye internet-aktivnosti na zhizn' v epohu cifrovizatsii obshhestva i ekonomiki: na dannyh regional'nogo issledovaniya [Influence of Internet activity on life in the epoch of digitalization of the society and economy]. Aktual'nye problemy jekonomiki i prava, 2019, vol. 13, no. 3, pp. 1356-1369. doi: 10.21202/1993-047x.13.2019.3.1356-1369.

**Ivanova V.A. Cultural policy and the process of digitalization: towards a problem statement.** The process of digitalization has a huge impact on all aspects of human life and activity, including the sphere of culture. Now it is developing within the digital economy. New technologies help to demonstrate cultural diversity, facilitate the dissemination of cultural products, and enhance the exchange of information and ideas. At the same time, culture has lost its autonomy and is subject to the laws of the market. The exchange of cultural values takes place in the logic of economic relations. In the field of cultural policy, it is assumed that it is possible to achieve freedom of information retrieval, equal access to cultural goods, as well as the transfer of national traditions and values through the expansion of digital infrastructure. The article is devoted to the criticism of this approach and the justification of the need to find a new way to develop culture in the conditions of digitalization.

**Keywords:** digitalization, cultural policy, digital copy, production of cultural products, "Net Generation", value system.

**Сведения об авторе.** Валерия Александровна Иванова — аспирант кафедры философии, культурологии и социологии Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород); ORCID: 0000-0002-5590-853X; LerPen@yandex.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 01.05.2020. Принята к публикации 15.05.2020.