

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ И КОНВЕРГЕНЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ НАЧАЛА XXI В.

С. В. Донских,

кандидат культурологии, доцент, доцент кафедры туризма и культурного наследия учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно

Аннотация. Дигитализация современной культуры является причиной конвергенции культурной продукции. Эта конвергенция связана не с унификацией культуры по модели глобальной культуры, но с установлением единых технологических стандартов создания, трансляции, хранения и обмена культурной продукции через популярные гаджеты. Необходимость цифровизации культурного наследия требует поиска адекватных форм его виртуальной интерпретации и ревитализации с целью сохранения аутентичности достижений культуры.

Ключевые слова: дигитализация, конвергенция культурной продукции, стандартизация цифрового культурного производства.

DIGITALIZATION AND CONVERGENCE OF CULTURAL PRODUCTS AS A CULTURAL DEVELOPMENT TREND IN THE EARLY 21ST CENTURY

S. Donskikh,

PhD in Culturology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Cultural Heritage of the Educational Institution «Yanka Kupala State University of Grodno», Grodno

Abstract. The digitalization of modern culture is the cause of the convergence of cultural products. This convergence is not connected with the unification of culture according to the model of global culture, but with the establishment of common technological standards for the creation, transmission, storage and exchange of cultural products through popular gadgets. The need for digitalization of cultural heritage requires the search for adequate forms of its virtual interpretation and revitalization in order to preserve the authenticity of cultural achievements.

Keywords: digitalization, convergence of cultural products, standardization of digital cultural production.

Влияние технологических новаций на социальные структуры и культурные процессы давно признано в социально-гуманитарных науках. Несмотря на инерционность культурных традиций, новые технологии со временем оказывают влияние на все сферы общественной жизни. Среди них лидирующая роль принадлежит информационным технологиям, что детерминирует широкую известность концепции грядущего информационного общества. Однако перспективы влияния информационных технологий на культурные процессы требуют более пристального внимания. Белорусские ученые внесли значительный вклад в осмысление и изучение процесса становления и развития информационного общества. Большое внимание они уделили социально-экономическим последствиям дигитализации основных сфер общественной жизни и взаимосвязям информационного общества с процессами глобализации [1; 4]. Однако проблемы дигитализации культурной сферы современного общества пока не получили глубокой разработки в отечественной науке.

В самом общем виде дигитализация (цифровизация) означает стремительный рост использования цифровых технологий в создании, хранении, трансляции и обмене культурной продукцией [5, с. 422]. Очевидными преимуществами дигитализации являются качество хранения и трансляции культурной продукции при относительно невысоких издержках. Главной проблемой – необходимость значительных инвестиций в формирование материально-технической базы, соответствующей стремительно развивающимся стандартам информационного общества.

Исследователи видят в процессах дигитализации в первую очередь глубокие трансформации в процессах коммуникации. Чтобы быстро и эффективно обмениваться информацией, включая культурную продукцию, информационные технологии должны придерживаться единых стандартов обработки и хранения данных, что имплицитно несет угрозу для культурного разнообразия человечества. Как отметил белорусский ученый В. В. Позняков: «Существующая система воспроизводства культурных форм подвергает формализующей стандартизации наличный культурный материал, начиная с технологической обработки аутентичной авторской идеи и вплоть до выпуска продукта публичного, в прямом смысле массового потребления» [1, с. 149]. Зачастую такие процессы являются не столько следствием злого умысла глобалистских элит, сколько требованием единых стандартов потребительской электроники. Техническое форматирование задает культурную форму. Это касается не только «современных или новых медиа» (радио, телевидение, интернет-медиа, видеоигры), но и классических форм культурной продукции. Например, популярная музыка на рубеже XX–XXI вв. претерпела серьезную трансформацию при переходе от аналоговых носителей звукозаписи в виде виниловых грампласти-

нок к цифровому формату хранения и воспроизведения MP3. Результат очевиден для каждого меломана: концептуальные альбомы из 10–12 композиций канули в лету, вытесненные синглами со спецэффектами, рассчитанными на прослушивание в наушниках. Книгоиздательская деятельность все более ориентируется на электронную книгу, что детерминирует четкое ограничение объема книги и более дробную структуру текста относительно литературы XIX–XX вв.

Таким образом, цифровое форматирование напрямую влияет на формы культурной продукции, а залогом успешной коммуникации, в т. ч. в культурной сфере, становится общий код. Сама по себе эта проблема не является принципиально новой. Можно отметить, что в европейской культуре всегда присутствовали определенные общие принципы и модели обработки информации. Однако на протяжении многих веков основной код культуры был детерминирован единством веры (христианские идеалы и ценности в основе культурного творчества и культурных потребностей), а также сквозным лингвокультурным кодом. В Средние века это был универсальный для интеллектуальной элиты латинский язык; во второй половине XVII – первой половине XIX в. – обязательный в высшем обществе французский язык, который с середины XX в. был вытеснен английским.

Уникальность современной ситуации в том, что базовый код культуры становится все менее лингвокультурным и все более технологическим, связанным с определенными цифровыми технологиями и стандартами, которые принадлежат узкому кругу глобальных компаний. В своей деятельности они руководствуются интересами максимизации прибыли, а проблемы сохранения и популяризации национального историко-культурного наследия, даже относительно стран «Глобального Запада», являются для них вторичными. Как отметил белорусский исследователь А. А. Лазаревич: «Узел всех глобальных противоречий – между все более единой цивилизацией, ее необратимыми информационно-коммуникативными интегративными процессами, с одной стороны, и неустранимой потребностью каждого народа в сохранении и воспроизводстве своей культурной идентичности – с другой, имеет фундаментальный характер» [4, с. 437].

В данном контексте следует отметить, что цифровые технологические стандарты по своим формальным особенностям являются преимущественно виртуальными и визуальными [2, с. 8–9]. Это культурная продукция, которая потребляется через монитор и/или дисплей и подается в максимально наглядной форме. Даже текст здесь тяготеет к инфографике. Связано это не только с технологическими требованиями и стандартами, но также со стремлением глобальных культурных индустрий к охвату всех потенциальных рыночных ниш и сегментов потребителей. Поэтому, по возможности, производители цифрового культурного контента избегают лингвоцентрированности в пользу

максимальной визуализации, усиленной виртуальными эффектами и иллюзорной интерактивностью.

Что касается «необратимых информационно-коммуникативных интегративных процессов», то речь идет не столько о гомогенизации культурной продукции, сколько о конвергенции или «великом слиянии» новых медиа, основанных на одних и тех же цифровых стандартах создания, хранения, трансляции и обмена культурной продукции. М. Кастельс, анализируя современную морфологию культуры, выделил четыре культурные модели или «конфигурации культуры»: брендированный консюмеризм, сетевой индивидуализм, космополитизм и мультикультурализм, которые формируются в точках взаимодействия биполярных культурных тенденций: индивидуализм vs коммунализм, глобализация vs идентификация [3, с. 144–145]. Производители и провайдеры цифрового культурного контента не нацелены исключительно на космополитические модели, но стремятся извлечь прибыль из каждой рыночной ниши, включая сетевой индивидуализм.

В настоящее время тенденции к интеграции и унификации проявляются в первую очередь через конвергенцию или слияние, основанных на единых цифровых стандартах и форматах новых медиа: телевидение, радио, интернет-вещание (компьютеры), которые сжимаются (форматируются) для потребления через одно неразлучное с человеком мобильное устройство (смартфон, айфон, планшет и т. п.). Если раньше различные виды искусств и формы культурного творчества требовали от потребителя различных культурных навыков и материально-технических условий (здания оперы или художественной галереи), то в условиях единых цифровых стандартов проявляется гомогенизация культурных практик современных потребителей культурной продукции, проявляющих интерес к схожей по своим формальным особенностям визуальной и виртуальной продукции. При этом содержательные предпочтения цифровой аудитории могут значительно различаться по регионам, странам и субкультурам.

В связи с тенденциями дигитализации и конвергенции современной культуры наиболее острые проблемы возникают у обществ с богатыми и самобытными традициями высокой культуры. В процессе оцифровки драматический театр, опера, балет, академическая живопись и скульптура теряют свою аутентичность и проигрывают в восприятии спецэффектам виртуального пространства. Очевидно, что дигитализация и конвергенция современной культуры потребуют от классики глубокой интерпретации и ревитализации, или она будет обречена на музеефикацию в культуре XXI в.

1. Грядущее информационное общество / А. А. Лазаревич [и др.]. – Минск : Беларус. наука, 2006. – 392 с.

2. *Донских, С. В.* Проблемы адаптации национальной культуры к виртуальному пространству в постглобальном мире / С. В. Донских // Аспекты национальной культуры в контексте современных проблем глобализации : материалы II Нац. научно-практ. конф. с междунар. участием (Санкт-Петербург, 27–28 нояб. 2020 г.) / ред. кол.: Е. В. Константинова (отв. ред.) [и др.]. – СПб., 2021. – С. 6–11.

3. *Кастельс, М.* Власть коммуникации / М. Кастельс; пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных. – М.: Высшая шк. экономики, 2016. – 564 с.

4. *Лазаревич, А. А.* Становление информационного общества: коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания / А. А. Лазаревич; науч. ред. И. Я. Левяш. – Минск: Беларус. навука, 2015. – 537 с.

5. *Хезмондали, Д.* Культурные индустрии / Д. Хезмондалиш; пер. с англ. И. Кушнаревой; под науч. ред. А. Михалевой. – М.: Высшая шк. экономики, 2018. – 456 с.