

УДК 101.1:316

DOI: 10.26456/vtphilos/2023.1.073

К ВОПРОСУ О ЦЕННОСТЯХ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

С.М. Соловов

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»,
г. Москва

В статье анализируются трансформации в культуре, ставшие возможными благодаря ее цифровизации, к числу которых относятся упрощение языка, анонимность в сочетании со сверхмассовостью и ряд других, что создает предпосылки для дегуманизации культуры. Автор делает вывод, что, несмотря на указанные трансформации, в центре развития культуры по-прежнему находится человек, бытие и деятельность которого порождает цифровую культуру. В материале показано, как переход от одной культуры к другой влиял на ценности общества и как, в свою очередь, ценности влияли на развитие культуры, что важно сегодня для осмысления путей гуманизации цифровой культуры. Также в материале анализируется опыт успешных практик минимизации ценностных диссонансов, возможных в ходе развития цифровой культуры.

Ключевые слова: *цифровая культура, ценность, дегуманизация, интернет-культура, цифровизация, массовая культура, трансформация ценностей, система ценностей.*

Уровень цифровизации различных сфер жизни общества является одним из критериев общественного прогресса и характеризует переход от индустриальной к постиндустриальной цивилизации, происходящий сегодня во многих странах мира. В современной реальности мы фактически имеем дело с цифровой культурой, которая становится частью культуры общества. Вместе с тем в настоящее время многочисленные исследователи фиксируют возрастание количества проявлений дегуманизации в различных сферах общественной жизни. Это порождает потребность в осмыслении данного феномена с целью выработки действенных мер по его преодолению.

В самом общем виде дегуманизация представляет собой процесс лишения человека его человеческих прав и достоинства, отказа от ценностей гуманизма. Говоря о дегуманизации культуры при ее переходе в «цифровой формат», следует рассмотреть аргументы сторонников такой точки зрения. При этом важно учитывать технологическую концепцию нового состояния культуры, которая проливает свет на многие современные культурные явления [3, с. 14]. Так, Д.В. Галкин полагает, что отказ от ценностей и императивов гуманизма в рамках цифровой культуры подтверждается содержанием философских концепций, органически связанных с нею [2, с. 12]. К числу последних автор относит критическую тео-

рию, трансгуманизм, культурный детерминизм, постмодернизм, постструктурализм и даже медиа-археологию. Между тем остается нерешенным вопрос о том, является ли цифровая культура отдельным видом культуры или же ее состоянием, что напрямую связано с определением данного понятия.

Но можно определять и те трансформации, которые отличают цифровую культуру от ее предшественников по тем или иным существенным признакам. Как отмечают Е.В. Савенкова, Е.А. Иваненко и М.А. Корецкая, в сети как в форме существования интернет-культуры наблюдается лингвистический феномен, названный авторами «койне-эффект» [6, с. 32–33]. Известно, что еще в империи Александра Македонского появился греческий язык, который был упрощенным и синкретическим по сравнению с литературным древнегреческим, чем напоминал более современные языковые образования, такие как советский новояз или русско-украинский суржик. Указанные авторы в исследовании коммуникативных практик интернет-сообществ обнаруживают такой же интернет-койне, который можно считать языком цифровой культуры. Для этого языка характерно естественным образом возникшее смешение разнородных языков и наречий, возникшее в результате необходимости коммуницировать и сотрудничать, управлять и распределять. Такой современный сетезяз формируется в интенсивном режиме и подчиняется логике обеспечения эффективности за счет упрощения грамматики и, соответственно, ускорения коммуникации. При этом такой новый язык оказывается достаточно живучим и динамичным. Он стал эффективным средством воплощения новой культурной реальности – цифровой.

Еще более важным является осознание того, что цифровая культура не может и не должна исследоваться как культура, редуцируемая к цифровым технологиям, форматам или гаджетам. В центре нее по-прежнему находится человек, бытие и деятельность которого порождает эту новую форму культуры. Причем происходит все по тем же самым законам, которыми прежде подчинялись процессы генерации культурных форм прежних эпох. Все вышесказанное актуализирует вопрос о новой природе культуры в ее сочетании с прежней, более фундаментальной природой, никуда не исчезающей, но лишь изменившей определенные средства своей реализации. Человек порождает культуру, и никакая цифровая реальность в принципе не способна изменить его природу, сущность, а также горизонты человеческого целеполагания.

Известно, что свобода является экзистенциальной ценностью, и цифровая культура должна по-новому решить ту же самую проблему, которая вставала перед всеми пре-цифровыми культурами. Любая культура – это не только совокупность идеалов и ценностей, но и система норм и запретов. Регулятивная функция культуры состоит в том, чтобы нормировать, т. е. ограничивать свободу индивидов, с одной стороны, и обеспечивать ее реализацию в тех или иных формах поведения – с другой. Интернет с самого начала своего появления декларировался как средство расшире-

ния и углубления индивидуальной свободы. Некоторые ученые и публицисты даже поторопились назвать его инструментом освобождения. Особые надежды при этом возлагались на устройство Интернета, которое давало надежду на то, что государство не сможет или не захочет вмешиваться и регулировать потоки передачи информации. Таким образом обеспечивалась одна из важнейших гражданских свобод – свобода слова. Распространение информации с помощью Интернета виделось свободным и от государственных границ, и от масс-медиа: люди разных стран и континентов получают возможность общаться напрямую. Музыка, фильмы, книги и иные объекты информации циркулируют в Интернете также свободно, становясь доступными для широких слоев народных масс, что делает цифровую культуру сверхмассовой.

Однако в условиях такой сверхмассовости имеет место и процесс индивидуализации социума, которая проявляется в возникновении порожденной цифровизацией культуры анонимности. И хотя эта анонимность носит достаточно ограниченный характер, она порождает новые форматы коммуникации. Данная анонимность не тождественна приватности, но она представляет собой важный шаг в направлении к приватности. Более того, общество, в котором действует Интернет, и институционально, и технически решает проблему цензуры. Так, практически во всех странах разработаны законы об ответственности за противоправные действия с использованием глобальной сети. Эти же законы оказываются эффективным средством институциональной защиты приватности, тогда как техническим средством выступает вполне традиционное шифрование.

Конечно же, границы приватности были размыты только в первые годы существования Интернета. Сегодня вопрос о суверенном, безопасном и надежном Интернете обсуждается на государственном уровне России и еще ряда стран, а в Китае есть техническое разделение на всемирную сеть и сеть внутреннюю. При этом правительства всех стран осознают, что активность внедрения Интернета в одних странах и отставание в других порождает то, что называется цифровым разрывом [8]. Этот разрыв может оказаться роковым для государств, которые хотят обеспечить суверенитет, а на самом деле рискуют оказаться технически отсталыми настолько, что их суверенитет окажется под значительно большей угрозой.

Формирование ценностей интернет-культуры превращается в образовательную практику как на уровнях общего, так и профессионального образования [1, с. 158; 5, с. 418]. Анализу таких ценностей посвящаются самостоятельные исследования в рамках изучения формирования ценностей профессиональных культур педагогов, инженеров, врачей и других специалистов в условиях цифровизации. Однако во всех этих исследованиях есть немало общего, что позволяет сделать определенные выводы. Например, для структуры и содержания новой системы ценностей оказалось важным сочетание и неодинаковость режимов онлайн и офлайн: культурные коды непрерывно транслируются из виртуальной цифровой

реальности в повседневную, а из повседневной – в цифровую. «Сегодня, с наступлением цифровой эпохи, мы работаем не для сообщества, а вместе с сообществом» [10, с. 29], – цитирует И.Л. Сергеева слова С.С. Батисты и продолжает: – Именно эта установка представляется крайне важной в описании концепта цифровой массовой культуры. Технологии помогают культурным институтам модифицировать свою работу в реальной жизни, не просто транслируя контент, но создавая его вместе с пользователями, а также прислушиваясь к мнению цифрового сообщества» [7, с. 60].

Таким образом, на повестку дня выходит вопрос о том, порождает ли сама цифровая культура ценности или под ее влиянием происходит трансформация уже принятых в обществе аксиологических оснований. С этой целью имеет смысл рассмотреть то, как влиял переход от одной культуры к другой на ценности общества и как, в свою очередь, ценности влияли на развитие культуры.

Как известно, переход от античной культуры к средневековой был переходом от культуры созерцания к культуре чтения: мыслители искали истину не в подражании природе, как это делалось в античное время, а в определенном данном свыше знамении. И этот переход сформировал новую систему ценностей, главным идеалом которой становится праведная жизнь, а главной целью – спасение души. Прежние же идеалы гармонии с космосом, невозмутимости и познания ради самого познания теряют свою значимость.

Смена средневековой системы ценностей аксиологическими основаниями Возрождения актуализирует новую культуру, в центре которой человек. Новое время приносит идеалы деятельности, активного преобразования мира, развития науки и образования, свободы и прав человека. Но постепенно обращенность в будущее актуализирует интерес к прошлому, сама история превращается в ценность. На первый план выходят поиски индивидуальной и коллективной идентичности, обусловленные традицией и ее интерпретацией. Историческое сознание становится формирующим для всей современной системы ценностей, для ее проекции на настоящее и будущее.

Цифровая культура может поддержать эту тенденцию или же переломить ее, создав совершенно иные ценности и идеалы, в том числе и альтернативные настоящим. Так, массовая культура уже рождает подобные альтернативы. А.А. Линченко, О.В. Головашина и Д.А. Аникин рассматривают многочисленные случаи консьюмеризации прошлого и даже его просьюмеризации. Эксплуатация исторического чувства, ностальгии, испытываемой людьми по собственному или национальному прошлому, приводит к тому, что создается целая индустрия развлечений и потребления, успешно эксплуатирующая возникающие желания. Рождается даже стиль в области моды и дизайна, получивший название «ретро» [4].

Цифровая культура – это культура, в которой также реализуются ценности времени, прошлого и исторической памяти. Но ее возможности оперировать большими базами данных и одновременно с этим обеспечи-

вать свободный полет фантазии, придавать воображению удивительное сходство с реальностью расширяет и углубляет возможности развития исторического сознания. Но в то же время цифровая культура способствует развитию постметафизической философии, которая позволяет видеть в прошлом не столько факты, сколько интерпретации, причем не одну или две, а сразу множество интерпретаций. Поэтому цифровая культура – это культура, развивающая субъективность, а значит, и культивирующая субъективность как некую ценность.

Во всем остальном цифровая культура является разновидностью массовой культуры, и ее ценностные основания могут находиться в концептуальном пространстве понятия «искусственное». Именно в сфере массовой культуры, а значит, и в сфере потребления главным образом используются возможности цифровизации. Если в существовании высокой или народной культуры цифровизация оказалась исключительно средством хранения, распространения и воспроизведения значимой информации, образов и смыслов, то в области массовой культуры цифровые средства и устройства обработки цифровых данных изменили механизмы протекания культурно значимых событий. Потребители и производители культурных артефактов превратились в потребителей (консьюмеров). Данный вывод еще раз подчеркивает сходство цифровой культуры и цифровой экономики, что позволяет увидеть в этом слиянии субъекта и объекта действия общее свойство влияния цифровой реальности на человеческую деятельность. Социальные сети, как и всемирная паутина Интернета приводят к феномену коллективного создания текстов, сближению устной и письменной речи.

Для анализа ценностей цифровой культуры необходимо помнить, что система ценностей существует как отдельная реальность, с которой две рассмотренные прежде реальности – повседневная и цифровая – соединяются временно и фрагментарно, т. е. эпизодически. При этом ценности не могут быть эпизодическими, они представляют собой более или менее стабильные образования, имеющие внесубъектную природу. Более того, сущность ценностей не редуцируется к какой бы то ни было фактичности, но определяются их значимостью. Поэтому в цифровой культуре следует различать не материальные и духовные ценности, а привязывать их к определенной сфере социальной жизни или к некоторой форме деятельности.

Примером такой системы ценностей цифровой культуры является корпоративная система ценностей компании KMDA, специализирующейся в области разработки интеллектуальных продуктов в области цифровой экономики и цифровизации в целом. Как можно видеть [9], к числу декларируемых ценностей относятся гибкость и адаптивность, цифровое мышление, открытые коммуникации, коллаборация, решения на основе достоверных данных, инновационное мышление, клиентоцентричность.

Другим примером здесь может быть еще один корпоративный документ, декларирующий ценности цифровой культуры. Это «План из восьми шагов для создания цифровой культуры» [11], в котором изложена

инструкция для руководителей, стремящихся минимизировать возможные диссонансы, возникающие в процессе цифровизации. Любая деятельность, в том числе и хозяйственно-экономическая, нуждается в неких ценностных основаниях, и любое управление включает в себя в качестве компоненты управление ценностями.

В качестве первого шага М. Талкес предлагает определить цифровые ценности организации, в управлении которой задействованы адресаты данной инструкции (*Define your organisation's digital values*). Затем, делая второй шаг, читателям предлагается оценить, в какой точке организационно-культурных изменений они в данный момент находятся (*Assess where you are now*). Как отмечает М. Талкес, есть немало аспектов, которые хотелось бы сохранить в процессе цифровизации организационной культуры. И только тогда можно будет обратиться к процедурам, предполагающим контроль произошедших изменений. Но для этого необходимо сделать третий шаг, который автор именуется установлением контроля над технологиями (*Tool up with technology*).

Четвертый шаг содержит требование совершенствовать процессы управления (*Perfect your processes*). М. Талкес указывает на то, что основные ценности цифровой инклюзии – это сотрудничество и открытость новым идеям. Другими словами, он предлагает партнерам по бизнесу и даже клиентам активно участвовать в создании новой цифровой среды, высказывать идеи и указывать на проблемы. Здесь могут оказаться важны не только острый ум и креативные решения: ценен сам опыт, получаемый ими и связанный с их местом в разделении труда или в распределении функций. Тем более что те, кто принимает главные решения в организации, обычно не является программистом или иным специалистом в сфере цифры.

Пятый шаг сводится к рекомендации подключать к процессу управления сотрудников (*Enable your people*). Чтобы направить процесс цифровизации корпоративной культуры в нужное русло, недостаточно просто выполнить обновление программного обеспечения. Необходимо обновлять сердца и умы тех, кто работает в организации, путем повышения их квалификации, непрерывного образования, в том числе и без отрыва от производства. Это позволит сформировать новые стандарты поведения и даже новые привычки, не говоря уж о новом мировосприятии, миропонимании и мироощущении.

Шестой, седьмой и восьмой шаги на пути к желаемой (управляемой) цифровой культуре также направлены на совершенствование организации и мало отличаются от обычных рекомендаций по улучшению средств и методов управления, организационному обучению и т. п., что обычно не проявляет каких-то специфических особенностей цифровизации. В шестом содержится предостережение тем руководителям, которые готовы утвердиться в убеждении, что они уже всё знают о цифровизации (*Know that it's not all about digital*). Седьмой шаг требует проявлять особую заботу о высшем руководстве, которое, как уже отмечалось, специализиру-

ется на других вопросах (Develop your leaders for the digital age). И последний шаг призывает быть бдительным в сфере целеполагания (Ensure your organisation is aligned). Все это лишний раз доказывает, что цифровая культура – это культура цифровой эры, а не какой-то особый тип культуры.

Подводя итог сказанному, необходимо отметить, что цифровая культура – это культура цифровой эпохи, и ее отличие от пре-цифровой или нецифровой заключается больше в форме и механизмах трансляции культурного кода, нежели в самих кодах, т. е. в ценностях этой культуры. Как и любая другая культура, культура цифры создается не компьютером, а при помощи огромного числа компьютеров и иных гаджетов, объединенных в сеть. Подлинным и единственным творцом этой культуры является человек.

Ценности культуры цифровой эпохи находятся в стадии формирования, и от общества зависит, будут ли они гуманистическими в полной мере и сможет ли данная культура впитать в себя все возможные ценности и смыслы, в разное время освоенные человечеством. В определенном смысле это выбор между системой и хаосом, между модерном и постмодерном, между ценностями традиционной культуры и ориентацией на изменения ради самих изменений.

Список литературы

1. Бакурадзе А.Б., Барина Г.В., Блонский Л.В. и др. Электронное обучение и дистанционные образовательные технологии в современной высшей технической школе. М.: Российский университет транспорта (МИИТ), 2018. 223 с.
2. Галкин Д.В. Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 11–16.
3. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / отв. ред. Н.Б. Кириллова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 292 с.
4. Линченко А.А., Головашина О.В., Аникин Д.А. От рынка к базару: метаморфозы коммерциализации прошлого в современном мире // Вопросы философии. 2019. № 5. С. 49–58.
5. Развитие современного вуза: новые методы и технологии / отв. ред. А.Ю. Нагорнова. Ульяновск: Зебра, 2021. 542 с.
6. Савенкова Е.В., Иваненко Е.А., Корецкая М.А. По ту сторону речи и письма: коммуникативные практики интернет-сообществ // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 24–34.
7. Сергеева И.Л. Трансформация массовой культуры в цифровой среде // Культура и цивилизация. 2016. Т. 6, № 6А. С. 55–65.
8. Харрис С. Цифровой разрыв: что происходит? URL: <https://www.orange-business.com/ru/blogs/tsifrovoy-razriv-cto-proiskhodit> (дата обращения: 14.02.2023).
9. Ценности KMDA. URL: https://komanda-a.pro/blog/digital_culture (дата обращения: 15.02.2023).

10. Bautista S.S. Museums in the Digital Age: Changing Meanings of Place, Community, and Culture. N.Y.: AltaMira Press, 2013. 306 p.

11. Talks M. The 8 step plan to build a digital culture. URL: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/511436/collateral/8-step-plan-to-build-a-digital-culture.pdf> (дата обращения: 11.02.2023).

ON THE QUESTION OF THE VALUES OF DIGITAL CULTURE

S.M. Solovov

Russian State University of Justice, Moscow

The article shows the transformations in culture that have become possible due to its digitalization, which include the simplification of the language, anonymity combined with super-massivity and a number of others, which creates the prerequisites for the dehumanization of culture. The author concludes that despite these transformations, a person is still at the center of the development of culture, whose existence and activity generates digital culture. The material shows how the transition from one culture to another influenced the values of society and how, in turn, values influenced the development of culture, which is important today for understanding the ways of humanizing digital culture. The material also analyzes the experience of successful practices for minimizing value dissonances that are possible in the course of the development of digital culture.

Keywords: *digital culture, value, dehumanization, Internet culture, digitalization, mass culture, value transformation, value system.*

Об авторе:

СОЛОВОВ Семен Михайлович – старший преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», г. Москва. E-mail: solo.sem@mail.ru

About the author:

SOLOVOV Semen Mikhailovich – Senior Lecturer of the Department of General Educational Disciplines, Russian State University of Justice, Moscow. E-mail: solo.sem@mail.ru

Дата поступления рукописи в редакцию: 22.12.2022.

Дата принятия рукописи в печать: 30.01.2023.