

ФИЛОСОФИЯ*(специальность: 09.00.11)*

УДК 101

Д.С. Артамонов, З.А. Сливная*Саратовский национальный исследовательский
государственный университет**имени Н.Г. Чернышевского**г. Саратов, Россия*

artamonovds@mail.ru; apostolskaya@mail.ru

ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА**В КОНТЕКСТЕ АТРИБУТИВНОГО ПОДХОДА¹***[Denis S. Artamonov, Zoya A. Slivnaya***Digital culture in the context of the attributive approach]**

It is studied the phenomenon of digital culture in the context of the attributive approach. Digital culture is the basic concept of digital humanities. It is considered the main approaches to the definition of digital culture, developed to date in digital humanities, medial and phenomenological, and also distinguish the third approach – attributive. Within the framework of the attributive approach, it is described digital culture in contrast to the culture of the printed book. New ways of producing media content define the main attributes of digital culture, such as prosumerism, post-truth, visualization, memetization, hyper-and intertextuality, virality, etc. The main attribute of digital culture is the media text and the formed new practices of its reading and perception. The basic characteristics of the media text of digital culture are incompleteness, discreteness, as well as the possibility of its joint reproduction by the author and the reader in the digital environment.

Key words: digital culture, digital humanities, attributive approach, media text, digital reading, digital media.

Развитие Digital Humanities, цифровой гуманитаристики, стало новым трендом в области наук о человеке и культуры. В фокусе ее методологической оптики неизбежно оказывается цифровая культура как базовый концепт, необходимый для формирования исследовательских программ социокультурного характера. В противном случае последние окажутся нечувствительными к особенностям человеческого мира цифровой эпохи. Как показывают

¹Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-09-42063 «Петр I в исторической памяти современной России: репрезентация образа в медиасреде»

С.В. Тихонова и С.М. Фролова, «именно цифровая повседневность составляет специфику социальной реальности цифрового общества» [14, с. 289]. Цифровая культура охватывает миры повседневности и показывает макро-процессы, связывающие их в единое целое.

Революционные изменения в пространстве культуры, произошедшие во второй половине XX в., связаны с появлением компьютера и компьютерных технологий связи. М. Макюэн, постулировавший закат культуры печатной книги, говорил о восхождении «электрической» коммуникации (телеграф, телефон, электричество), превращающем мир в глобальную деревню [8]. С распространением ЭВМ и появлением интернета за ней закрепилось понятие «электронной», в итоге конструкции «электронная коммуникация» и «электронная культура» активно употреблялись в социально-философском дискурсе на рубеже XX и XXI вв. Довольно быстро компьютерно-опосредованная коммуникация вышла за рамки институциональных миров корпоративного управления, образования, науки и наукоемких производств, в той или иной форме войдя в повседневную жизнь подавляющего большинства населения планеты. В результате весьма популярный термин «информатизация» утратил свою актуальность, а вся сфера информационно-компьютерных технологий стала обозначаться с помощью метафоры «цифры», в основе которой лежит различие аналоговых и цифровых сигналов, принципиально изменившее современную электронику. Цифровые схемы снижают число искажений при передаче сигнала, делают возможным программное управление электронным устройством и обеспечивают хранение огромных (на фоне предшествующих способов) массивов информации. Преимущества цифровых технологий привели к вытеснению цифровой электроникой аналоговой, а тотальный отказ телевидения от аналоговых платформ привел к рутинизации метафоры, ее прочному включению в как в научную литературу, так и дискурсы СМИ и бытового общения.

Исследования цифровой культуры во многом восприняли постмодернистскую традицию интерпретации массовой культуры, заложенную Ж. Бодрийяром и Г. Дебором, в которой медийные образы общества спектакля всегда симулятивны и потому лишены качества подлинности. Цифровая культура, конечно, способна к воспроизводству симулятивных порядков, но опирается она на автономные феномены, проявляющие себя в качестве полнокровных,

подлинных явлений социальной реальности. Думается, их зависимость от цифровых технологий отнюдь не ослабляет их способность генерировать новые гуманистические смыслы и ценности.

Как справедливо отмечает А.В. Политов, «все в современном мире отсылает к компьютеру как к своему праисточнику и единственному носителю» [11, с. 55]. С этим утверждением сложно не согласиться. В литературе можно найти огромное количество сходных позиций. Например, Е.В. Гнатышина и А.А. Саламатов рассматривают цифру как призму, меняющую восприятие традиционной культуры, и основанную на таких феноменах, как персональный компьютер и все многообразие цифровых устройств [4, с. 20]. Благодаря цифровым устройствам и цифровым формам связи опредмеченное содержание культуры, от текстов до артефактов, так или иначе переходит в форму цифрового контента – мультимедийных продуктов, производство и потребление которых осуществляется в цифровом пространстве. В отличие от аналогового контента, цифровой контент не статичен, он мобилен и персонализирован, им легко управлять, поскольку он адаптирован к сетевой, горизонтальной коммуникации.

Понятие цифровой культуры изначально разрабатывалось в контексте противостояния либертарианской идеологии интернета диктату обществ Модерна. Наиболее показательна в этом отношении статья Ч. Гира «Цифровая контркультура», где, собственно, и введено понятие *digital culture* для обозначения киберконтркультуры, порожденной встречей технологических и культурных факторов [3]. Снижение этого противостояния показано С.В. Тихоновой с помощью концепции социализации интернета, в рамках которой социальные сети выступают агентом девиртуализации общества, поскольку вбирают в себя те модели взаимодействия, которым прежде предлагал альтернативы [13]. Понимание того обстоятельства, что тотальное распространение цифровой культуры детерминировано общей логикой социального развития, придало новый импульс исследовательскому интересу к исследованиям культурного ландшафта киберпространства. На этой основе М.Ю. Захаров с соавторами считают, что цифровая культура есть «составная часть общей культуры, направленная на обеспечение информационных потребностей человечества» [6, с. 203]. Развитие цифровой культуры не техно, но антропоцентрично, поскольку человек был и остается ее творцом и создателем. Именно такой антропоцентрический аспект акцентирует Л.В. Баева, для ко-

торой цифровая культура есть «сфера деятельности человека и ее результаты, связанные с созданием цифровых объектов и феноменов, симуляций объектов “живой” культуры, виртуальных пространств, процессов и явлений, созданных с помощью информационных технологий» [1, с. 89]. Однако человек – константа для культурных дефиниций. «Цифра» как особая реальность может быть схвачена только при учете объекта приложения творческих усилий человека, независимо от их художественного, научного, производственного или бытового характера. Этим объектом выступает цифровой контент.

Цифровой контент как понятие неразрывно связан с понятием цифровых медиа, иногда они сознательно не разделяются исследователями. Например, А.А. Лисенкова и А.Ю. Мельникова под цифровыми медиа понимают «любой медиа-контент, сгенерированный при помощи цифровых средств (цифровые тексты, цифровая звукозапись, цифровое видео)» [7, с. 17]. В этом случае цифровая культура сводится к функционированию цифрового контента. Не случайно Н.Л. Соколова выделяет два подхода к определению цифровой культуры, обозначим их как медиальный и феноменологический: «Для некоторых исследователей исследовать цифровую культуру – значит просто исследовать переход масс-медиа от аналоговых форматов к цифровым. ...Для других исследователей изучать цифровую культуру – значит анализировать более широкое поле артефактов и практик, появление которых стало возможным благодаря цифровым технологиям» [12]. К медиальному подходу можно отнести трактовку цифровой культуры А.А. Лисенковой и А.Ю. Мельниковой, согласно которым культура как способ освоения мира захвачена электронным гипертекстом [7]. К феноменологической – позицию Д.В. Галкина, которую он формулирует следующим образом: «современная цифровая культура должна рассматриваться через анализ ее основных феноменов, к которым относятся видеоигры, персональный компьютер и его модификации, Интернет, искусственный интеллект, системное и прикладное программное обеспечение, компьютерная графика и системы виртуальной реальности, цифровые форматы традиционных средств коммуникации (книги, фотографии, аудио- и видеозаписи, цифровое ТВ), технологическое искусство» [2]. Отметим, что оба подхода сталкиваются с проблемой непрерывного медиагенеза, появлению все новых и новых цифровых медиа, сопровождающихся появлением новых цифровых феноменов. При этом цифровые медиа и циф-

ровые практики не могут быть противопоставлены друг другу, поскольку в рамках практик те или иные сервисы трансформируются (или нет) в медиа, а новые медиа приводят к появлению новых социокультурных практик.

В зависимости от специфики цифровых технологий и цифровых устройств исследователи акцентируют различные аспекты трансформаций культуры, закладывая их в свои определения цифровой культуры. В цитируемой выше работе Е.В. Гнатышиной и А.А. Саламатова последняя определяется как новая форма бытия, «третья природа» (традиционно под второй природой понимается «культура» в целом), продолжающая естественную среду обитания и «мир вещей» [4, с. 22]. Авторы акцентируют культурно-философский характер своей дефиниции, показывая стирание в цифровой культуре границы между виртуальным и физическим мирами.

Е.В. Листвина и С.М. Фролова подчеркивают, что единого понятия цифровой культуры не выработано до сих пор. Предлагая свое определение, они также выстраивают ее по совокупности атрибутивных признаков: «цифровая культура – многоаспектный феномен, который характеризуется иным (сжатым) восприятием времени; совмещает архаичные и новейшие (в том числе цифровые) методы и формы коммуникации; определяет выработку иного стиля поведения индивидов и вырабатывает иные институциональные установки повседневного бытия» [16, с. 409].

Как видим, важнейшим аспектом анализа цифровой культуры является установление ее атрибутов. Так формируется третий подход к определению цифровой культуры – атрибутивный. Его появление вполне обоснованно. Сложная, динамичная, сетевая и самоорганизующаяся среда интернета слабо укладывается в линейные схемы рассмотрения. Тем более, что категориальная сетка социально-философского анализа культуры вырабатывалась в условиях зрелых капиталистических обществ, сформировавших вертикально организованные системы массовой информации. Субъект и объект, творец и аудитория, самореализация и коммерциализация, творчество и отчуждение в них полярно противопоставлены, тогда как цифровая реальность амбивалентна, в ней отражаемые понятия феномены существуют в диффузном, а иногда и в синтетическом единстве. Прямой статистический анализ давно перестал быть надежной основой выводов, поскольку он ориентирован на деперсонализированные данные, не отве-

чающие структуре прямой, непосредственной, лично ориентированной специфике цифровой культурной деятельности. Устойчивый интерес к цифровой сфере, сформировавшийся в последнюю четверть XX в., складывался в нерасторжимом союзе с футурологией, вызвавшей к жизни огромное число неверифицируемых прогнозов. Отдельные предсказанные тренды, действительно, изменили направление социокультурного прогресса. Но многие, ничем не подтвержденные, превратились в издержки мифологизации, затемняющие исследовательскую оптику.

Тем не менее, современные исследователи постепенно преодолевают эти трудности. В научной литературе можно обнаружить консенсуальное установление атрибутов цифровой культуры, связанных со скоростью процессов производства и тиражирования, новой эмоциональностью, наглядностью, гибридность. Например, И.Д. Тузовский выделяет следующие атрибуты цифровой культуры: 1) сверхтекучесть и динамичность; 2) рекуперативный потенциал; 3) отсутствие специального времени для восприятия культуры, фрагментарность культурного потребления; 4) визуальный характер, фигуративность, реставрация архаичных практик; 5) заимствование различными видами искусства и художественного творчества средств выразительности, технических и иных приемов создания, композиции и т.д.; 6) парные противоположности феноменов и культурных трендов; 7) меметизация культуры и ее дискретизация (разделение законченного и целостного произведения на мельчайшие смысловые единицы) VS континуальность, или поточность, восприятия информации, гипер- и интертекстуальность; 8) заимствование средств выразительности, особенностей композиции и технических приемов между самостоятельными видами искусства, конвергенция и коадаптация коммуникационных средств VS радиация средств коммуникации; 9) коммуникационная конфликтность общества Replique VS мультикультурализм, толерантность, этнокультурная диверсификации культурной продукции и репрезентативности участия дискриминированных социальных групп в социально-политических, экономических и культурных процессах; 10) многопоточность культурных процессов VS высокий потенциал культурной инвазии [15, с. 56–57]. Действительно, медиаконтент как субстратная основа цифровой культуры, отличается вирусным характером распространения, не знаю-

щим биополитических границ для дисциплинарных времен и пространств Модерна. В контексте риторики постправды он всегда эмоционален и провокативен, что достигается смешением фигуративных изображений и текстовых смыслов в сообщении, гибридизацией жанров, интертектуальностью, акцентирующей амбивалентность восприятия.

Характерный для цифровой культуры крах континуальной парадигмы, оперирующей линейными схемами, часто трактуют как расцвет (возможно, пагубный) так называемого клипового мышления. И.Г. Пендикова показывает формирование данного термина в 1990х гг. «в связи с бурным ростом производства музыкальных клипов» [10, с. 53]. Клиповое мышление характеризуется негативно, противопоставляется концептуальному аналитическому мышлению. Вероятно, как стиль мышления и способ поиск концептуальных связей это явление можно зафиксировать, однако утверждение о принципиальной деградации мышления в XXI в. слишком радикально как с точки зрения психиатрии, так и с позиции здравого смысла. Восприятие медиаконтента, безусловно, имеет свою специфику, но закладывается оно, в первую очередь, новыми техниками чтения, и не инновациями в активности человеческого мозга. Остановимся на первых подробнее, памятуя о том, что именно они являются ключевым атрибутом цифровой культуры.

Механизмом формирования цифровой культуры является распространение цифрового чтения. Генезис чтения отражает не только способы интерпретации культуры, но и способы инкультурации. Глиняные таблички, свитки и книги требуют разных способов хранения, разной соматической дисциплины и обеспечивают различную степень погружения в транслируемый смысл.

На забвение линейного чтения в киберпространстве обращал внимание еще У. Эко: «книга должна читаться слева направо (или справа налево, сверху вниз, как это принято в разных культурах), линейным способом. ... Гипертекст, напротив, представляет собой сеть, существующую в разных измерениях, в которой каждая точка или каждый узел потенциально могут быть связаны с любым другим узлом» [18]. Читатель больше не переворачивает страницы, он кликает по ним мышкой, нажимает кнопки, «скроллит», пролистывает экран смартфона, текст из прямоугольных стандартных блоков трансформируется в бесконечную ленту с другими инструментами навигации.

Характерное для культуры печатной книги линейное чтение также основано на асимметричных отношениях автора и читателя, первый ведет сквозь текст второго, при этом печатный текст всегда завершен, окончен и окончательен – «что написано пером, не вырубишь топором».

Цифровое чтение не знает ни асимметрии «автор-читатель», ни окончательных вариантов. По словам Я. Митрович-Марич, в случае цифрового интерактивного чтения «перед читателем более не текст, полностью сформированный, отражающий интерпретации, переживания, знания в рамках прочитанного (или создание нового по мотивам прочитанного), а текст, который изначально предстает скорее как возможность, модель, а не как литературное произведение, имеющее начало, конец и своего автора» [9, с. 21–22]. Читатель теперь прямо влияет на автора, комментирует его, спорит с ним, ставит лайки/дизлайки, побуждая к редакции текста, его к изменению, расширению и дополнению (характерна в этом смысле выработанная интернет-дискурсом пометка «UPD», от англ. Upload, означающая последнюю, обновленную версию текста), отменяющим окончательность и завершенность.

Более того, читатель легко входит в роль автора: «благодаря цифровым технологиям наряду с интерпретацией (или вместо интерпретации) текста может осуществляться «материальная интервенция» в текст, читатель становится просьюмером» [17, с. 60]. Иначе говоря, каждый читатель трансформируется в потенциального автора. Чтение как практика расшифровки письменного кода в цифровом мире приобретает более широкий смысл, поскольку изображения, видео и звук являются компонентами медиатекста. Согласно позиции А. Белла, «определение медиатекста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге» [5, с. 28]. Оно гораздо шире и включает голосовые качества, музыку и звуковые эффекты, визуальные образы, т.е. медиатексты являются отражением технологий, используемых для их производства и распространения. Как синтетическое целое, медиатекст выступает единицей цифрового контента, продуцирует творческую активность пользователей (включая авторов цифрового искусства), инициирует распространение практик цифрового чтения и выступает базовым атрибутом цифровой культуры, в которой он является инструментом создания, трансляции и хранения смыслов и ценностей.

Таким образом, цифровая культура может быть понята в рамках атрибутивного подхода как специфический этап развития культуры, связанный с господством цифрового контента. Ключевой единицей и, одновременно, базовым атрибутом цифровой культуры выступает медиатекст, определяющий новые практики чтения и творчества во всех сферах жизнедеятельности общества.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Баева Л.В.* Развитие системы электронной культуры и дифференциация современного социогуманитарного знания // *Философские науки*. 2018. № 6. С. 83–99.
2. *Галкин Д.В.* Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики // *Международный журнал исследований культуры*. 2012. № 3(8). – URL: https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2012/IJCR_03%288%29_2012.pdf (дата обращения 15.05.2021).
3. *Гир Ч.* Цифровая контркультура // *Гуманитарная информатика*. 2004. № 1. С. 50–71.
4. *Гнатышина Е.В., Саламатов А.А.* Цифровизация и формирование цифровой культуры: социальные и образовательные аспекты // *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2017. № 8. С. 19–24.
5. *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов. М.: УРСС, 2005. 288 с.
6. *Захаров М.Ю., Старовойтова И.Е., Шишкова А.В.* Цифровая культура – исторический этап развития информационной культуры общества // *Вестник университета*. 2020. № 5. С. 200–205.
7. *Лисенкова А.А., Мельникова А.Ю.* Цифровые медиа как зеркало современной культуры // *Научное обозрение. Международный научно-практический журнал*. 2018. № 1. С. 17.
8. *Маклюен М.* Понимание медиа. Внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2020. 464 с.
9. *Митрович-Марич Я.* Графема и пиксель: культура чтения в цифровую эпоху // *Stephanos*. 2018. № 1 (27). С. 18–29.

10. *Пендикова И.Г.* Клиповое и концептуальное мышление как разные уровни процесса мышления // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2016. № 1. С. 53–56.
11. *Политов А.В.* Опредмечивание человеческого сознания в современной цифровой компьютерной технократической культуре // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Культура. История. Философия. Право. 2017. № 2. С. 54–60.
12. *Соколова Н.Л.* Цифровая культура или культура в цифровую эпоху? // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3(8). – URL: https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2012/IJCR_03%20288%29_2012.pdf (дата обращения 15.05.2021).
13. *Тихонова С.В.* Социальные сети: проблемы социализации интернета // Полис (Политические исследования). 2016. № 3. С. 138–152.
14. *Тихонова С.В., Фролова С.М.* Цифровое общество и цифровая антропология: трансдисциплинарные основания социально-эпистемологических исследований // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19. № 3. С. 287–290.
15. *Тузовский И.Д.* К вопросу об атрибутивных чертах культуры цифровой эпохи // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. Т. 4 (70). 2018. № 2. С. 46–59.
16. *Фролова С.М., Листвина Е.В.* Культура в эпоху цифровизации: социально-философское осмысление // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19. Вып. 4. С. 408–412.
17. *Черненькая С.В.* Текст в цифровом пространстве культуры // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки. 2018. № 3 (27). С. 58–63.
18. *Эко У.* От Интернета до Гутенберга. – URL: <http://umbertoeco.ru/ot-interneta-k-gutenbergu-tekst-i-gipertekst/> (дата обращения 15.05.2021).

R E F E R E N C E S

1. *Baeva L.V.* Development of the electronic culture system and differentiation of modern socio-humanitarian knowledge // Philosophical sciences. 2018. No. 6. Pp. 83–99.
2. *Galkin D.V.* Digital Culture: methodological issues of cultural dynamics research // International Journal of Cultural Studies. 2012. No. 3 (8). – URL: https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2012/IJCR_03%288%29_2012.pdf (accessed 15.05.2021).
3. *Gir Ch.* Digital Counterculture // Humanitarian Informatics. 2004. No. 1. Pp. 50–71.
4. *Gnatyshina E.V., Salamatov A.A.* Digitalization and formation of digital culture: social and educational aspects // Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University. 2017. No. 8. Pp. 19–24.
5. *Dobrosklonskaya T.G.* Voprosy izucheniya mediatekstov. M.: URSS, 2005. 288 p.
6. *Zakharov M.Yu., Starovoitova I.E., Shishkova A.V.* Digital culture – the historical stage of the development of information culture of society // Bulletin of the University. 2020. No. 5. Pp. 200–205.
7. *Lisenkova A.A., Melnikova A.Yu.* Digital media as a mirror of modern culture // Science review. International scientific and Practical journal. 2018. No. 1. P. 17.
8. *McLuhan M.* Understanding Media. External extensions of man. M.: Kuchkovo field, 2020. 464 p.
9. *Mitrovich-Marich Ya.* Grapheme and pixel: the Culture of Reading in the Digital Age // Stephanos. 2018. No. 1 (27). Pp. 18–29.
10. *Pendikova I.G.* Clip and conceptual thinking as different levels of the thinking process // Omsk Scientific Bulletin. The Society series. History. Modernity. 2016. No. 1. Pp. 53–56.
11. *Politov A.V.* Objectification of human consciousness in the modern digital computer technocratic culture // Bulletin of Perm national research Polytechnic University. Culture. History. Philosophy. Right. 2017. No. 2. Pp. 54–60.

12. *Sokolova N.L.* Digital culture or culture in the digital age? // International Journal of Cultural Studies. 2012. No. 3 (8). – URL: https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2012/IJCR_03%288%29_2012.pdf (accessed 15.05.2021).
13. *Tikhonova S.V.* Social networks: problems of socialization of the Internet // Polis. Political Studies. 2016. No. 3. Pp. 138–152.
14. *Tikhonova S.V., Frolova S.M.* Digital society and digital anthropology: transdisciplinary foundations of socio-epistemological research // News of the Saratov University. New series. Philosophy series. Psychology. Pedagogy. 2019. Vol. 19. No. 3. Pp. 287–290.
15. *Tuzovsky I.D.* On the question of attributive features of Digital age culture // Scientific notes of the Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky. Philosophy. Political science. Cultural studies. Vol. 4 (70). 2018. No 2. Pp. 46–59.
16. *Frolova S.M., Listvina E.V.* Culture in the era of digitalization: socio-philosophical understanding. News of the Saratov University. New series. Philosophy series. Psychology. Pedagogy. 2019. Vol. 19. Issue 4. P. 408–412.
17. *Chernenkaya S.V.* Text in the digital space of culture // Bulletin of the Moscow City Pedagogical University. Series: Philosophical Sciences. 2018. No. 3 (27). Pp. 58–63.
18. *Eco U.* From the Internet to Gutenberg. URL: <http://umbertoeco.ru/ot-interneta-k-gutenbergu-tekst-i-gipertekst/> (accessed 15.05.2021).

16 июня 2021 г.
