



<https://doi.org/10.48417/technolang.2022.02.10>

Research article

Global-local Cultural Interactions in a Hyperconnected World¹

Irina Saltanovich (✉)

Minsk State Linguistic University, Minsk, Zakharova, 21, 220034, Belarus

saltan@tut.by

Abstract

The article dwells upon the development and organization of new information relations and global-local cultural interactions. New social environment processes that encompass real and virtual life are being controlled by a complex set of digital instruments or interactive systems. The novel notion of a “hyperconnected” world is being discussed with its characteristics that lead to the transparency of human relations and the hyperopenness of society. There is a description of the growing importance of social networks as a universal field of communication. The issues of transforming the environment for information exchange and communication into networked communication platforms are raised. These platforms are easy to use for a variety of purposes, which at the same time renders them unpredictable. The conditions for the existence of such networks transform into an “anthropo-space” and it is shown how this produces a shift in social relations.

Keywords: Culture; "Hyperconnected" world; Digital culture; Social networks; Digital; Communication platform; Digital environment

Citation: Saltanovich, I. (2022). Global-local Cultural Interactions in a Hyperconnected World. *Technology and Language*, 3(2), 162-178. <https://doi.org/10.48417/technolang.2022.02.10>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

¹ This paper is an extended version of the conference proceeding “ 'Hyperconnected' World as a Factor in the Formation of a New Type of Society” (“Communication Strategies of the Information Society”, 2021)



УДК 316.7(476)

<https://doi.org/10.48417/technolang.2022.02.10>

Научная статья

Глобально-локальные культурные взаимодействия в гиперсвязанном мире²

Ирина Петровна Салтанович (✉)

Минский государственный лингвистический университет, ул. Захарова, д. 21, Минск, 220034,
Беларусь
saltan@tut.by

Аннотация

Статья раскрывает развитие и организацию новых информационных связей и глобально-локального культурного взаимодействия. Сложный набор цифровых инструментов, а скорее интерактивных систем, регулирует процессы в новой социальной среде, сочетающей реальность и виртуальность. Рассматривается новое понятие “гиперсвязанный” мир и его характеристики, ведущие к “прозрачности” человеческих взаимодействий и гипероткрытости общества. Дано описание возросшей культурной значимости социальных сетей как универсального коммуникационного поля. Поднимаются вопросы, связанные с ходом преобразования среды для обмена информацией и общения в сетевые коммуникационные платформы, которые легко использовать в различных целях, что предполагает определенную степень их непредсказуемости. Поясняется как условия существования, где сеть превратилась в “антропопространство”, порождают определенные социальные сдвиги.

Ключевые слова: Культура; “Гиперсвязанный” мир; Цифровая культура; Социальные сети; “Цифра”; Коммуникационная платформа; Цифровая среда

Для цитирования: Saltanovich, I. Global-local Cultural Interactions in a Hyperconnected World. Technology and Language. 2022. № 3(2). P. 162-178. <https://doi.org/10.48417/technolang.2022.02.10>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

² Эта статья развивает и дополняет исследование “ ‘Гиперсвязанный’ мир как фактор формирования нового типа социума”, представленное на конференции на конференции “Коммуникативные стратегии информационного общества ” (2021)



ВВЕДЕНИЕ

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.

Цель статьи — понять культурные изменения в социуме и общественном сознании, вызванные быстрым распространением новых коммуникационных технологий. Основной уклон – с социологической точки зрения, но он неизбежно является и междисциплинарным из-за общего объекта с философией, культурологией и психологией (Тайлор 1989; Кастельс. 2000). Анализ призван дать некоторые представления о том, как понимать нынешние и будущие изменения, вызванные влиянием цифровой среды, воздействующей на различные социальные аспекты виртуального пространства и реальную сферу жизни. Стратегические последствия таких изменений крайне важны.

Рассмотрение начинается с краткого описания причин, по которым культура, являясь информационной основой человеческого общества, играет важную роль в понимании цифровой революции, активно меняющей нашу повседневную жизнь. Модель цифровой культуры находит свои собственные ответы на внутренние импульсы, возникающие в течение небольшого периода времени ее существования, но прежде всего на те, которые порождены изменениями в социуме (Levin & Tsybulsky, 2017).

Следующий шаг сделан по осознанию того, как цифровая среда, цифровая культура формирует наш опыт об окружающем мире, предоставляя сложный набор цифровых инструментов для организации новых информационных связей и глобального-локального культурного взаимодействия (Acerbi, 2016). Речь пойдет о наблюдаемом “скоростном” культурном внегенетическом накоплении, и как следствии, “гибридизацией онлайн и оффлайн полей”, формировании гиперсвязанного мира, который серьезно влияет на наше самовосприятие.

Поднимаются вопросы, связанные с процессом преобразования идентичности человека в реальной жизни созданной им цифровой идентичностью в системе социальных отношений, что генерирует появление новых моделей поведения в рамках цифровой культуры, обусловленных особенностями сетевого общества. Человек уже не ощущает себя вне “цифры”. На него всегда оказывает влияние цифровое сообщество – гигантская сеть, сверхорганизм с коллективным разумом, где обмен информацией происходит со скоростью света, человеческий интеллект сливается воедино с машинным, и где даже мысли способны передаваться через расстояние в тысячи километров за доли секунды.

Гиперсвязанный мир имеет одну из важнейших характеристик, выраженную в формировании “сетевого” общественного сознания. В свое время новаторское исследование Стэнли Милгрэма (2022) социальной



взаимосвязанности удивляло и интриговало, потому как 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 разрастании различных социальных сетей. Эффект микромира имеет значение для динамических процессов, происходящих в реальных взаимодействиях, для нас, в первую очередь для происходящих в пространстве виртуальном (например, скорость распространения информации по сети и т. д.), а именно в создании гипер- или метавселенной (Holton, 2020, Jensen, 2020).

Мир, приобретая черты гипероткрытости, также становится сквозным в своей связанности, приобретая общую тенденцию постоянно делиться всем. При этом эффект суперактивного влияния представляет собой очень удобное поле для формирования изменений в социуме, демонстрируя определенную степень непредсказуемости. На конкретных примерах мы наблюдаем отличительные черты мира сетевого общения, в котором межличностные сообщения и “узкие” информационные кампании могут мгновенно превратиться в массовые. Вследствие чего цифровые сети могут стать полем битвы, так как коммуникационные платформы общего пользования, сейчас являются “центрами силы” значительно больше, чем мы могли представить когда-либо.

При рассмотрении коммуникационных технологий аргументирована целесообразность ни в коей мере не забывать о значительности и мощи их воздействия (Shhwarz, 2019), поскольку способ их использования может повлиять на изменения наших коммуникативных и культурных моделей. Таким образом, технологии, связанные с информацией и коммуникацией, работающие в цифровой среде, создающие “гиперсвязанность” нельзя рассматривать как пассивные инструменты, а скорее, как интерактивные системы, регулирующие процессы внутри цифровых сред, тем самым порождая определенные социальные сдвиги.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК АДАПТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ

Рассматривая культуру как некую информационную оболочку, являющуюся творением человека, стоит, опираясь на ее информационную сущность, выявить выстроенные и еще зарождающиеся культурные особенности цифрового общества. Культура неотделима от информации, являющейся 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 1.

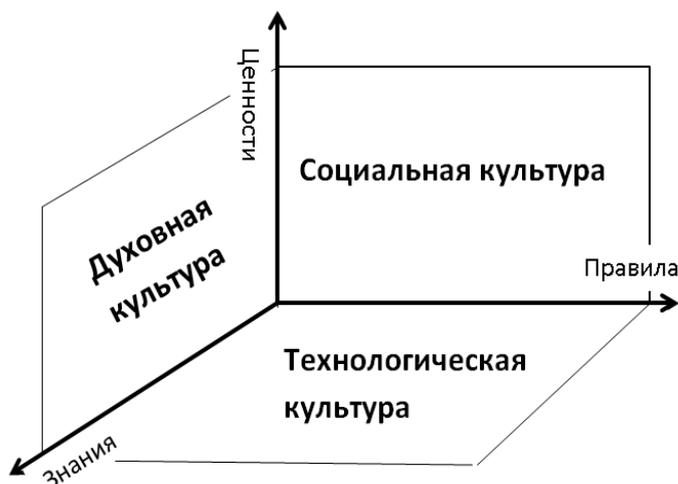


Рисунок 1. Культурное пространство (Levin et al., 2013, с. 17)

Культурное пространство (рис. 1) 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” (Levin, 2014).

В 2013 году вышеупомянутая трехмерная модель была впервые применена для представления цифровой культуры (Levin et al, 2013, с. 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 неотъемлемым компонентом жизни, присутствие в сети влияет на духовную культуру. Появление виртуальной сетевой жизни как существенной части реальной имеет большое значение для формирования личности. Самое интимное, что может быть, – собственная личность, собственное “я” – в значительной степени подвержено влиянию цифровых технологий (Левин, 2013).

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.

В человеческом обществе культура выстроила принципиально новую и удивительно разнообразную по своим возможностям модель информационного процесса, отсутствующую у животных, в которой кодировка знаний происходит не генами, а знаковыми системами. Идеи и образы, выраженные в этих системах,



отделены от индивидуума, приобретая независимое, неличное 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 в негенетический “механизм” своей наследственности – социальную наследственность (Кармин, 2003).

Параллель между культурной и биологической эволюцией восходит к Хаксли (Huxley, 1874), Поппер и Экклс (Popper & Eccles, 1977) и Джеймсу (James, 1879), а идея рассматривать культуру как форму эпигенетической передачи впервые была выдвинута Р. Докинзом (1993), который ввел термин “мем” в книге “Эгоистичный ген” для обозначения целостной единицы информации. Она может передаваться фенотипически, что дало основание для представления о том, что культура, как и гены, может развиваться посредством репликации (передачи между поколениями), мутации и отбора.

Отношения между окружающей средой, генами и культурой довольно сложны и требуют глубокого изучения процесса адаптации человека к новым условиям, всегда представляющим собой уникально сложное взаимодействие между культурными и генетическими изменениями. Потенциал наблюдаемой “скоростной” культурной эволюции по сравнению с генетическими изменениями выявляет важную особенность нынешнего социума: у современных людей приспособляемость к новой среде часто объясняется уникально развитой способностью быстро накапливать большой адаптивный культурный “репертуар”. Подобно биологическим адаптациям, культура приспособливает нас к окружающей среде настолько удобно, насколько это возможно при существующих условиях. Но каждое новое поколение не является клоном предыдущего, культура всегда находится в движении.

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” (Соколова, 2012, с. 9).

Самые важные метаморфозы в “оцифрованном” социуме связаны с заменой традиционной концепции человека как отдельной сущности новым онтологическим самовосприятием человека как информационного организма, взаимосвязанного со всем миром. Легкость доступа к бесчисленным видам информации меняет природу человеческого опыта – возможность любого человека (имеющего доступ в Интернет) выбирать желаемый контент дает новые



способы конструирования своего мировоззрения, своих отношений с другими и своего понимания того, что есть человеческая сущность. Духовная культура в гиперсвязанном мире индивидуализирована и, можно утверждать, деконтекстуализирована.

СЕТЕВОЕ СОЗНАНИЕ В СВЕРХСВЯЗАННОМ МИРЕ

Информационная революция не ограничивается более совершенным технологическим решением для получения знаний или выполнения различных повседневных задач. Скорее, она сигнализирует о сдвиге в способах, которыми мы, как люди – члены социума, понимаем саму суть того, кем “должно быть”.

До появления Интернета энциклопедическая утопия олицетворяла всемогущество знания, предполагая, что именно знание служит нормативным компасом, который направляет людей и общество. Чем больше мы знаем, тем лучше действуем. И наоборот, ошибки и проступки, согласно этой рациональности, связывались с недостатком знаний. В новой цифровой реальности важнейшим условием существования являются не знания, а наша способность захватить внимание, зафиксировать его, продемонстрировать себя, удивить любым способом, чтобы не быть незамеченным.

Информации становится все больше. Наше ощущение безграничности мира сместилось с природных ресурсов на нее. Это существенное изменение является прямым следствием цифрового поворота. Одним из примеров таких изменений является возросшая культурная значимость социальных сетей

В материале, посвященном молодежи в современном белорусском обществе, четко просматривается почти абсолютная погруженность молодого поколения в мир социальных сетей (рисунок 2).

На сайты какой тематики Вы чаще всего заходите?
(в % от числа опрошенных интернет-пользователей)



Рисунок 2. Посещаемость интернет-сайтов молодежью (Сухотский, 2020)



Социальные сети принципиально отличаются от традиционных СМИ. Они быстрые, динамичные и, что самое главное, персонализированные. Это связано с тем, что каждый член сети связан со “своим” сообществом, которое соответствует ему и которому он доверяет.

Важной особенностью сетевого общества является его “деятельностный” 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 результативное 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.

“Коллективизм” и специфика социальной культуры наиболее ярко выражается в цифровом обществе в новой динамике формирования “сетевого” общественного сознания. Поскольку 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 станет распространяться в социуме с большей вероятностью и какого будет его влияние (Acerbi & Bentley, 2016).

ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ ЦИФРОВОГО “Я” К “ГИПЕРОТКРЫТОСТИ”

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 не могут создать в реальной жизни. Именно так индивид вступает в процесс реконструкции цифровой идентичности, трансформируя реальную, добавляя новые качества. 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.

Социальные сети вышли за рамки цифровой социализации и стали витриной цифровой идентичности. 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, которые отличаются от личности индивида, трансформируются в дискурсивные индикаторы, отрываясь от



реального времени и пространства, а также усиливают друг друга демонстрацией, присущей цифровому миру.

Люди хотят продемонстрировать свое присутствие в цифровом мире, поделиться своим реальным опытом, размещая сообщения в социальных сетях. “Гиперсвязанный” мир поддерживает у публики, в том числе, и экзистенциальную потребность в одобрении. Пока человек продолжает присутствовать в социальных сетях, делясь и получая “лайки”, его действия записываются и сохраняются, создается новая цифровая идентичность.

При этом генерируются и иные модели поведения в рамках цифровой культуры. Появляется мировоззрение, которое представляет собой новую кодировку и привычки как фрагментированные, отредактированные, связанные и подключенные к Интернету, к “гиперсреде”. Сопричастность и создание анонимной идентичности значительно проще в “цифре”, а разница в статусах полностью исчезает или уменьшается до минимума, что позволяет говорить о новом формате аккультурации. Так с помощью новых технологий в цифровой среде реконструируется социальная, культурная и повседневная жизнь.

Интеллектуальная, творческая деятельность человека требует исключительного авторского права на контент в традиционном обществе, где люди привыкли делиться с другими главным образом результатами своей работы. В современной “цифре” люди начали делиться практически всем, не только результатами, а и процессами творчества. Этот принцип становится все более универсальным, регулярным и желательным, выступая в качестве рутинной практики. Частные лица уже сейчас могут влиять на основных производителей в сети, прилагая совместные усилия по формированию социальных норм и структур. Прогнозируется, что в будущем все большее число профессионалов будет устанавливать тесные связи с любителями, то есть “мешапы” профессионально составленных сообщений средств массовой информации и сообщений граждан, вероятно, будут расти.

В своей работе Дж. Херинг называет общую тенденцию постоянно делиться всем “транспаризацией”, определяя ее как процесс перехода к “прозрачности” человеческих взаимодействий и гипероткрытости общества. Изучение взаимодействия и совместной динамики индивидуализации и транспаризации тесно связано с такими существенными понятиями, как “я в отношениях”, (Herring, 2019) и аспектами самооценки человека. Не следует забывать, что цифровая культура может освободить нас как личностей, но она также может и “заключить” нас в тюрьму.

У.Митчелл предполагает, что всеобъемлющие виртуальные сети практически сливаются с человеком на биологическом уровне, приводя к осознанию – я как киборг, рассеянный в пространстве, то есть разделение между человеком и машиной больше не действует. Гиперподключение в сочетании с эффективными технологиями привело к ускорению множества действий, что предполагает определенную степень непредсказуемости (Mitchell, 1999).

Возникает серьезный вопрос. Какое значение имеет для общества то, что сетевые коммуникационные платформы могут сделать кого угодно массовым



коммуникатором? Один из ответов состоит в том, что именно так сейчас и рождается невероятный потенциал социальных изменений. Потому что общество, как считает М. Доуз, не просто строится посредством коммуникации, оно существует в ней (Deuze, 2006, p. 70). Это означает, что любой человек с компьютером или смартфоном может распространять какие угодно сообщения, которые могут серьезно повлиять на общество в целом. Теперь отдельные лица и небольшие группы имеют возможность координировать свои действия и взаимодействовать, возглавив социальные движения, используя сетевые коммуникационные технологии.

Цифровые технологии Б. Стиглер определил как “фармакон” – *φάρμακον* (греч.) – термин, который в философии и критической теории представляет собой смесь двух: лекарство и яд, а то и трех значений (Stiegler, 2019). Здесь речь идет о внутреннем напряжении цифрового мира и технологий, которые с одной стороны обещают предоставить больше возможностей для человеческой культуры, а 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.

“ГИПЕРПОДКЛЮЧЕНИЕ” КАК НОВЫЙ ФОРМАТ АКТИВНОГО ОСВОЕНИЯ РЕАЛЬНОСТИ

Гражданская идентичность имеет тенденцию переходить от пассивного к активному гражданству. Б. Веллман рассматривая отношения в XX веке, вводит понятие “глокализация”, “сочетание глобальной и локальной взаимосвязанности” (Wellman, 2001), взаимодействия на рабочих местах и в группах сообществ. Интернет и его социально-сетевая структура работает на участие максимально большего числа отдельных людей, объединенных в глобальную коммуникацию. Это изменение с середины XX века до начала XXI проявило понятие гражданина, который становится все активнее стремящимся озвучивать свои опасения и требовать своего места в обществе.

Постоянная связь друг с другом с помощью цифровых сетей создает возможность для относительно быстрых массовых социальных действий. Люди начинают использовать эту силу, чтобы тянуть общество в разные стороны. “Гиперсвязанный” мир, в котором виртуальная толпа, порой небольшими усилиями превращается в реальную, демонстрирует, что социальные сдвиги и разногласия развиваются, ускоряются значительно быстрее, благодаря интернет-платформам.

Факторы, символизирующие перемены, такие как диверсификация средств массовой информации и “обретение” ими власти над обществом и правительством, технический прогресс, социальная свобода или новые тенденции



в мыслях о правах человека и социальных движениях, постепенно формируют новый тип социума.

События, происходящие в публичной медиа сфере, интересны для большинства граждан, а мобильные устройства превратились в вещательные СМИ, интегрируясь в социальные сети. В этом смысле социальные сети функционируют практически как посредническая виртуальная публичная сфера. Трансляции обычных людей в социальных сетях, особенно прямые, по количеству просмотров иногда успешнее, чем у знаменитостей. В настоящее время существует множество учетных записей в социальных сетях, со временем значительно увеличивающих число своих подписчиков. А в остроактуальные моменты эта тенденция разрастается в геометрической прогрессии. Примером может служить август 2020 года в Беларуси, где “телеграмм-революция” разворачивалась, благодаря неустанному вбросу информации с экстремистскими призывами на канале Nexta, число подписчиков которого в считанные дни выросло почти в семь раз, с 317,4 тыс. до 2,165 млн. (рисунок 3).



Рисунок 3. Статистика посещения канала с экстремистскими призывами (Статистика канала с сайта TGStat.com)

Социальные сети создали универсальное коммуникационное поле, которое традиционные средства массовой коммуникации не могут предоставить своим пользователям, в виде среды для обмена информацией и общения, гиперпространство, которую также легко использовать в различных целях, что становится серьезной проблемой и для изучения, в том числе.

Параллельно с аудиторией, сформированной средствами массовой информации, социальные сети “порождают” свою публику (сетевое сознание), где каждый человек может поделиться собственным, особым, личным мнением. На этом этапе важно понимать, что общественные социальные сети, значительно более успешны, чем традиционные СМИ, в плане участия граждан и с точки зрения привлекательности, в чем проявляется один из принципов демократизации.



В то время как традиционные средства массовой информации состоят из институционализированных вещательных групп и институционализированной информации, новые медиа — это поле, которое допускает независимое участие граждан. Социальные сети работают как структура, которая имеет характеристики газет, радио и телевидения. С развитием интернет-технологий со времен Web 2.0 и социальных сетей, которые позволяли пользователям общаться в чате, идея публичного пространства вступила в новую фазу.

В XXI веке, в отличие от одностороннего и искусственного потока информации, редактируемой и цензурируемой, распространяемой традиционными СМИ, информация, циркулирующая в “гирерсвязанном” мире, позволяет пользователю чувствовать себя свободнее. Интернет с его демократическими условиями и структурой превращается в дискуссионную площадку / витрину. Современное телевидение также уходит в “цифру”, пытаясь не потеряться на фоне различных интегрированных приложений в сети (Lindegaard, 2012). Спрос на Интернет и его безграничность “повредили” структуру традиционной повествовательной структуры телевидения, учитывая, что на протяжении многих лет оно использовалось как инструмент формирования пассивного зрителя, не имеющего возможности вмешаться в процесс.

Наши представления об информации и знаниях меняются. Люди стремятся выжить в море информации. Однако мы должны помнить, что это море не “чистое” – в частности, оно включает в себя различные типы манипулируемых данных, информации и знаний из ненадежных источников, предлагаемых с разными целями.

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 любыми самыми экзотическими интересами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение вышеизложенного было бы полезно спросить себя, какие выводы мы можем сделать, чтобы лучше понимать настоящее и наступающее будущее в разрезе стремительно расширяющейся гипервселенной. С этой целью я хотела бы выделить некоторые культурные особенности, которые, на мой взгляд, играют важную роль.



Самая глубокая трансформация — это то, что люди теперь не отделены друг от друга. Поскольку жизнь в “гиперсвязанном” мире – относительно новое явление, история нашей новой киберсреды или уже посткиберсреды 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. Любое исследование, пытающееся понять общество и предвидеть его изменения в будущем, должно проводиться в культурно-антропологическом контексте.

Многочисленная эволюция и формирование жизни на нашей планете регулировалась естественным отбором, смещением генов и мутациями. Впервые в человеческой истории именно наука и культура предложили совершенно новый инструмент для вмешательства в собственный эволюционный процесс. В биологической карте мы заменяем и ремонтируем “бракованные” части, в социальной – формируем новое мироощущение. С точки зрения включенности в технологическую вселенную “рассеянный в пространстве киборг” – это уже реальность. Что же позволяет нам оставаться людьми в этой гибридной среде? Дают ли эти навыки человеку больше свободы?

Новая цифровая среда, сочетающая реальность и виртуальность, сильно отличается от нашей обычной естественной реальности. Переосмысливая то, как люди рассматривают свой переход в цифровой мир, мы понимаем, что в определенном смысле культура, которую можно охарактеризовать как вторую природу человека, вышла на другой уровень и образует новый пласт в виде интерактивного виртуального пространства. В цифровом обществе человек не только создает новый объективный мир, как это происходит во “второй” природе (культуре), но также создает объекты другой природы (например, сетевые, коммуникативные и мультимедийные). По этой причине некоторые ученые склонны рассматривать культуру цифрового общества как “третью” сущность (Kelly, 2016, p. 292–293).

Второе большое достижение “гиперсвязанного” мира состоит в том, что бывшие зрители превратились из потребителей в производителей. Когда новый потребитель приобщается к информационному ландшафту, он одновременно становится и производителем

Третий очень важный момент – то, что средства коммуникации перестали быть просто источником информации. А стали местом управления. Поскольку группы, которые имели возможность видеть и слышать, смотреть и слушать, теперь могут собираться и общаться друг с другом. Следовательно, последствия перехода от пассивного приема информации к активному восприятию – сети, Интернет – поднимают важный вопрос: как меняется коммуникационное поле, кто и как наполняет его новым содержанием, как информация в цифровой среде меняет и будет в дальнейшем трансформировать процессы в социуме. На самом деле это изменение всей экосистемы в целом, влияющей на формирование нового типа социума.



Человек оказывается в своеобразном личностном культурном микромире, сформированном в соответствии с его склонностями и приоритетами. Создание микромиров сопровождается, усиливается и активно поддерживается цифровой средой, посредством взаимопроникновения онлайн и оффлайн полей через “антропопространство” выстраивается новая вселенная, “гиперсвязанный” мир. Как будет дальше меняться “оцифрованный” социум, какова будет культурная трансмиссия – темы весьма актуальные для любого общества и подходят для теоретического и методологического осмысления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Докинз, Р. (1993). *Эгоистичный ген* [Пер. с англ. Н. О. Фоминой]. Мир.
- Кастельс, М. (2000). *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. ГУ ВШЭ.
- Кармин, А. С. (2003). *Культурология*. [2-е изд.]. Издательство “Лань”.
- Милгрэм, Ст. (2022). *Подчинение авторитету*. Альпина Паблишер.
- Мид, Дж. Г. (2009). *Избранное. Сборник переводов*. [Сост. и пер. с англ. В.Г. Николаев]. ИНИОН РАН.
- Соколова, Н. (2012). Цифровая культура или культура в цифровую эпоху?. *Международный журнал исследований культуры*, 3(8), 6–10.
- Сухотский Н. (2020). Штрихи к портрету “цифрового поколения” q: белорусская молодежь образца 2020. <https://bistr.gov.by/mneniya/shtrikhi-k-portretu-cifrovogo-pokoleniya-belorusskaya-molodezh-obrazca-2020-goda>
- Тайлор, Э. (1989). *Первобытная культура*. Издательство политической литературы.
- Acerbi, A. (2016). A Cultural Evolution Approach to Digital Media. *Frontiers in Human Neuroscience*, 10, 1-12. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2016.00636>
- Acerbi A. & Bentley R. (2016). A. Biases in Cultural Transmission Shape the Turnover of Popular Traits. *Evolution and Human Behavior*, 35(3), 228–236. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2014.02.003>
- Deuze, M. (2006). Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. *The Information Society* 22(2), 63-75. <https://doi.org/10.1080/01972240600567170>
- Herring, J. (2019). *Law and the Relational Self*. Cambridge University Press.
- Holton, R. J. (2020). Review: The age of disruption: Technology and madness in digital capitalism. *Prometheus*, 36(2), 198–202. <https://doi.org/10.13169/prometheus.36.2.0198>
- Huxley, T. (1874). On the Hypothesis that Animals Are Automata, and Its History. *Fortnightly Review*, 95, 555–580.
- James, W. (1879). Are we automata? *Mind*. 4, 1-22. <https://doi.org/10.1093/mind/os-4.13.1>
- Jensen, J. L. (2020). *The Medieval Internet: Power, Politics and Participation in the Digital Age*. Emerald Group Publishing.
- Kelly, K. (2016). *The Inevitable*. Penguin Group.



- Levin, I. & Tsybulsky, D. (2017). The constructionist learning approach in the digital age. *Creative Education*, 8(15), 2463–2475. <https://doi.org/10.4236/ce.2017.815169>
- Levin, I. (2014). Cultural Trends in a Digital Society. In I. Horváth & Z. Rusák (Eds.), *Proceedings of the 10th International Symposium on Tools and Methods of Competitive Engineering* (pp. 13-21). TMCE. <https://www.tau.ac.il/~ilia1/publications/budapestculttrends.pdf>
- Levin, I., Kojukhov A., Patrut M., & Patrut B. (2013). Personalization of Learning Environments in a Post-industrial Class. In *Social Media in Higher Education: Teaching in Web 2.0*. (pp. 105–123). IGI Global.
- Lindgaard, S. (2012). *Social Media for Corporate Innovators and Entrepreneurs*. Kindle Edition.
- Mitchell, W. J. (1999). *E-topia: Urban Life, Jim – But Not as We Know It*. MIT Press.
- Popper, K. & Eccles, J. (1977). *The Self and Its Brain: an Argument for Interactionism*. Springer-Verlag.
- Shhwarz, J. A. (2019). Umwelt and Individuation: Digital Signals and Technical Being. In A. Lagerkvist (Ed.), *Digital Existence: Ontology, Ethics, and Transcendence in Digital Culture*. Routledge.
- Stiegler, B. (2019). *The Age of Disruption: Technology and Madness in Computational Capitalism*. Polity.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: *The rise of personalized networkin*. *International Journal of Urban and Regional Research* 25(2), 227-252. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>

REFERENCES

- Acerbi A. & Bentley R. (2016). A. Biases in Cultural Transmission Shape the Turnover of Popular Traits. *Evolution and Human Behavior*, 35(3), 228–236. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2014.02.003>
- Acerbi, A. (2016). A Cultural Evolution Approach to Digital Media. *Frontiers in Human Neuroscience*, 10, 1-12. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2016.00636>
- Castells, M. (2000). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. HSE University.
- Dawkins, R. (1993). *The Selfish Gene*. Mir.
- Deuze, M. (2006). Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. *The Information Society* 22(2), 63-75. <https://doi.org/10.1080/01972240600567170>
- Herring, J. (2019). *Law and the Relational Self*. Cambridge University Press.
- Holton, R. J. (2020). Review: The age of disruption: Technology and madness in digital capitalism. *Prometheus*, 36(2), 198–202. <https://doi.org/10.13169/prometheus.36.2.0198>
- Huxley, T. (1874). On the Hypothesis that Animals Are Automata, and Its History. *Fortnightly Review*, 95, 555–580.
- James, W. (1879). Are we automata? *Mind*, 4, 1-22. <https://doi.org/10.1093/mind/os-4.13.1>



- Jensen, J. L. (2020). *The Medieval Internet: Power, Politics and Participation in the Digital Age*. Emerald Group Publishing.
- Karmin, A. S. (2003). *Kultorologia [Cyltorology]* [2nd ed.]. Lan
- Kelly, K. (2016). *The Inevitable*. Penguin Group.
- Levin, I. & Tsybulsky, D. (2017). The constructionist learning approach in the digital age. *Creative Education*, 8(15), 2463–2475. <https://doi.org/10.4236/ce.2017.815169>
- Levin, I. (2014). Cultural Trends in a Digital Society. In I. Horváth & Z. Rusák (Eds.), *Proceedings of the 10th International Symposium on Tools and Methods of Competitive Engineering* (pp. 13-21). TMCE. <https://www.tau.ac.il/~ilia1/publications/budapestculttrends.pdf>
- Levin, I., Kojukhov A., Patrut M., & Patrut B. (2013). Personalization of Learning Environments in a Post-industrial Class. In *Social Media in Higher Education: Teaching in Web 2.0*. (pp. 105–123). IGI Global.
- Lindgaard, S. (2012). *Social Media for Corporate Innovators and Entrepreneurs*. Kindle Edition.
- Mead, J. G. (2009). *Collection*. Russian Academy of Science.
- Milgram, S. (2022). *Obedience to Authority*. Alpina Publisher.
- Mitchell, W. J. (1999). *E-topia: Urban Life, Jim – But Not as We Know It*. MIT Press.
- Popper, K. & Eccles, J. (1977) *The Self and Its Brain: an Argument for Interactionism*. Springer-Verlag.
- Shhwarz, J. A. (2019). Umwelt and Individuation: Digital Signals and Technical Being. In A. Lagerkvist (Ed.), *Digital Existence: Ontology, Ethics, and Transcendence in Digital Culture*. Routledge.
- Sokolova, N. (2012). Tsifrovaya kultura ili kultura v tsifrovuyu epokhu [Digital culture or culture in the digital age]. *International Journal of Cultural Studies*, 3(8), 6–10.
- Stiegler, B. (2019). *The Age of Disruption: Technology and Madness in Computational Capitalism*. Polity.
- Sukhotsky, N. (2020). Shtrikhi k Portretu "Tsifrovogo Pokoleniya": Belorusskaya Molodezh' Obraztsa 2020 [Strokes to the Portrait of the "Digital Generation": Belarusian Youth of the Sample of 2020]. <https://bivr.gov.by/mneniya/shtrikhi-k-portretu-cifrovogo-pokoleniya-belorusskaya-molodezh-obrazca-2020-goda>
- Taylor, E. (1989). *Pervobytnaya Kultura* [Primitive culture]. Publishing house of political literature.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: *The rise of personalized networkin*. *International Journal of Urban and Regional Research* 25(2), 227-252. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>



СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ирина Петровна Салтанович, saltan@tut.by

Irina Saltanovich, saltan@tut.by

Статья поступила 25 октября 2021
одобрена после рецензирования 6 апреля 2022
принята к публикации 10 июня 2022

Received: 25 October 2021
Revised: 6 April 2022
Accepted: 10 June 2022