

# ТРАНСФОРМАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК: ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕДИА И КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

## TRANSFORMATION OF CULTURAL PRACTICES: THE INTERRELATIONSHIP OF MEDIA AND CULTURE IN MODERN SOCIETY

V. Skopa

*Summary.* At present, the processes of cultural transformation imply a change in communication traditions. They are reflected in the search for new forms of exchange not only in real but also in virtual reality. With the development of digital technologies, new formats and platforms for disseminating information and cultural products have emerged. In the context of globalization and cultural diversity, digital media play a key role in the formation and modification of cultural identities. They contribute to both the global dissemination of cultural products and support unique local cultural contexts. Digital transformation is a complex process that affects all aspects of the cultural and media industries, requiring them to be flexible, innovative and able to quickly adapt to changing market conditions and technologies.

*Keywords:* media, society, cultural practice, man, digitalization.

**Скопа Виталий Александрович**

доктор исторических наук, профессор,  
член-корреспондент Российской академии  
естествознания, Алтайский государственный  
педагогический университет (г. Барнаул)  
sverhtitan@rambler.ru

*Аннотация.* В настоящий момент процессы культурной трансформации предполагают изменение традиций коммуникации. Они находят отражение в поисках новых форм обмена не только в реальной, но и виртуальной реальности. С развитием цифровых технологий появились новые форматы и платформы для распространения информации и культурных продуктов. В контексте глобализации и культурного разнообразия, цифровые медиа играют ключевую роль в формировании и модификации культурных идентичностей. Они способствуют как глобальному распространению культурных продуктов, так и поддерживают уникальные локальные культурные контексты. Цифровая трансформация представляет собой сложный процесс, который влияет на все аспекты культурных и медиа-индустрий, требуя от них гибкости, инноваций и способности быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и технологий.

*Ключевые слова:* медиа, общество, культурная практика, человек, цифровизация.

**В** процессе поиска понимания культуры и общества XXI века коммуникация становится главным предметом исследования. Ее возможности в постижении механизмов управления человеческими взаимоотношениями приводят к рассмотрению обмена знаками в качестве основы для формирования символического пространства культуры. Современный мир в условиях активного применения информационно-коммуникативных технологий, ориентирован, прежде всего, на воспроизводство нематериальных форм знаков [1]. Развитие новых массмедиа способствуют медиализации культурной среды, порождающей многочисленных идей и бренды нашего времени.

В последние десятилетия цифровая революция принесла радикальные изменения в наши культурные практики и восприятие медиа-содержания. Этот процесс не только предопределяет способы производства, распространения и потребления культурных продуктов, но и влияет на формирование культурных идентичностей и социальных взаимодействий [3, 9].

С развитием цифровых технологий появились новые форматы и платформы для распространения информации и культурных продуктов, такие как социальные сети, стриминговые сервисы, подкасты. Эти инновации изме-

нили способы, которыми мы получаем доступ к контенту, делая его более доступным, интерактивным и персонализированным [10]. Цифровизация также принесла вызовы и возможности для традиционных медиа-индустрий и культурных институтов. С одной стороны, они сталкиваются с необходимостью адаптации к новым реалиям цифровой экономики и изменениям в потребительских предпочтениях. С другой стороны, цифровые технологии предоставляют уникальные возможности для инноваций в производстве и распространении контента.

В контексте глобализации и культурного разнообразия, цифровые медиа играют ключевую роль в формировании и модификации культурных идентичностей. Они способствуют как глобальному распространению культурных продуктов, так и поддерживают уникальные локальные культурные контексты.

Изменения в способах потребления культурных продуктов, взаимодействия с медиа и формирования культурных идентичностей в условиях цифровой трансформации представляют собой сложный и многогранный процесс, который существенно изменился под влиянием цифровых технологий [4]. В данной связи интересным представляется выявление основных аспектов этих изменений.

С появлением интернета и цифровых устройств произошло расширение доступа к культурным продуктам через различные платформы и каналы. Пользователи могут потреблять контент не только на традиционных носителях: телевидение, радио, печатные издания, но и через интернет, мобильные приложения, социальные сети, видеохостинги и стриминговые сервисы.

Цифровые технологии предоставляют пользователям возможность взаимодействовать с контентом, делать выбор и создавать собственные культурные практики. Персонализированные рекомендации и алгоритмы адаптации контента к предпочтениям пользователя становятся нормой, что изменяет способы восприятия и потребления культурных продуктов [6]. Цифровые платформы способствуют глобализации культурных контекстов, позволяя людям по всему миру получать доступ к разнообразным культурным проявлениям. В то же время они поддерживают и локализацию, что позволяет сохранять и развивать уникальные культурные традиции и языковые особенности.

Социальные сети и онлайн-платформы стали важными средствами формирования культурных идентичностей и социальных связей. Люди активно участвуют в создании и распространении контента, что приводит к изменениям в способах самовыражения и социальной активности [7]. Традиционные медиа и культурные институты сталкиваются с необходимостью адаптироваться к новым условиям цифровой среды, что требует инноваций в производстве, распространении и монетизации контента. В то же время цифровая трансформация открывает новые возможности для креативных и культурных индустрий, способствуя развитию новых форматов и экспериментов. Все эти изменения подчеркивают значимость изучения влияния цифровой трансформации на культурные практики и медиасреду, что актуально для понимания современных динамик формирования культурных идентичностей и социокультурных процессов в целом.

Влияние новых цифровых форматов и платформ на распространение и восприятие культурных продуктов может быть охарактеризовано следующим образом. Новые цифровые форматы, такие как подкасты, а также платформы, такие как социальные сети и стриминговые сервисы, значительно упрощают доступ к культурным продуктам. Пользователи могут получать доступ к контенту в любое удобное время и место, что способствует увеличению его потребления.

Современные цифровые платформы активно включают пользователей в процесс потребления культурных продуктов. Например, пользователи социальных сетей могут обсуждать и рекомендовать контент, а подписчики подкастов часто участвуют в обсуждении тем и зада-

ют вопросы авторам. Это создает новые формы взаимодействия и обогащает восприятие контента. Цифровые платформы используют алгоритмы машинного обучения для персонализации контента под интересы и предпочтения пользователя. Например, стриминговые сервисы предлагают персональные рекомендации фильмов и сериалов, основываясь на просмотренных ранее и предпочтениях. Это делает потребление культурных продуктов более индивидуализированным и релевантным.

Цифровые платформы обеспечивают мгновенное глобальное распространение культурных продуктов, что позволяет им быстро набирать популярность в разных частях мира. В то же время, благодаря возможностям локализации, контент может адаптироваться к языковым и культурным особенностям конкретных аудиторий, что способствует укреплению идентификации с ним.

Появление новых форматов и платформ стимулирует культурные и креативные индустрии к инновациям. Авторы и продюсеры могут экспериментировать с новыми формами выражения и технологиями, что приводит к разнообразию культурных продуктов и обогащает культурный ландшафт. Таким образом, появление новых цифровых форматов и платформ значительно изменяет способы распространения и восприятия культурных продуктов, делая их более доступными, интерактивными и персонализированными для пользователей по всему миру.

Цифровые технологии значительно изменяют привычные способы потребления контента и оказывают глубокое влияние на поведение потребителей. Они делают контент доступным в любом месте. Пользователи больше не зависят от расписания телевизионных передач или открытых кинотеатров, они могут потреблять контент на своих мобильных устройствах или компьютерах в любой удобный момент. Это приводит к индивидуализации времени потребления и увеличению количества контента, потребляемого каждым пользователем.

С развитием интернета и социальных сетей потребители стали активными участниками культурного процесса. Они могут не только потреблять контент, но и комментировать его, делиться своими мнениями, создавать собственные креативные работы в ответ на него: мемы, видеоролики, обзоры. Это создает новые формы взаимодействия между производителями контента и аудиторией.

Алгоритмы искусственного интеллекта позволяют платформам персонализировать контент под предпочтения каждого пользователя. Например, стриминговые сервисы предлагают рекомендации фильмов и сериалов на основе предыдущего просмотра, оценок и поведения пользователя. Это упрощает процесс выбора и повышает удовлетворение от потребления контента. Цифро-

вые технологии способствуют глобализации культурных продуктов, позволяя пользователям получать доступ к контенту из разных стран и культур [5]. В то же время они поддерживают разнообразие, поскольку позволяют сохранять и развивать уникальные культурные особенности. Благодаря мгновенному доступу к контенту пользователи ожидают быстрых результатов и мгновенного удовлетворения своих потребностей. Это влияет на способы создания и распространения контента, например компании, стараются создавать более короткие и привлекательные форматы, чтобы удерживать внимание аудитории.

Цифровые медиа играют ключевую роль в формировании и модификации культурных идентичностей, а также взаимодействии между глобальными и локальными культурными практиками. Цифровые медиа обеспечивают мгновенный доступ к культурным контекстам различных стран и регионов мира. Пользователи могут узнавать о культуре других народов через интернет, социальные сети, видеохостинги и другие платформы. Это способствует глобализации культурных знаний и формированию космополитических культурных идентичностей [8].

Несмотря на глобализацию, цифровые медиа также поддерживают уникальные локальные культурные идентичности. Они предоставляют платформы для сохранения и продвижения традиционных культурных практик, языков и обычаев, что помогает сообществам сохранять свою уникальность и самобытность в глобальном мире. Цифровые медиа позволяют культурным активистам, артистам и создателям контента представлять свои культурные выражения широкой аудитории. Это может включать в себя музыку, танцы, искусство, литературу и другие формы культурного творчества, что способствует их распространению и узнаваемости на мировой арене.

Цифровые медиа стимулируют взаимодействие между различными культурными группами и сообществами. Они создают платформы для обсуждения и обмена культурными идеями, что способствует пониманию и толерантности между различными культурными группами, и позволяют индивидуальностям выражать свои культурные идентичности через создание персональных профилей, публикацию контента и участие в онлайн-сообществах. Это способствует формированию и модификации личных культурных идентичностей в контексте глобального взаимодействия [3]. Таким образом, цифровые медиа не только усиливают глобализацию культурных практик, но и поддерживают разнообразие и самобытность культурных идентичностей, способствуя их динамичному развитию и взаимодействию в мировом масштабе.

Традиционные медиа и культурные институты сталкиваются с рядом вызовов в эпоху цифровой трансфор-

мации, однако они также имеют значительные возможности для инноваций и развития. Рассмотрим основные проблемы и возможности их решения.

Потребители все больше предпочитают онлайн-платформы для доступа к контенту, что снижает спрос на традиционные формы медиа такие как газеты, журналы, телевидение, радио. В эпоху цифровой трансформации появляется множество новых игроков на рынке медиа и культурных услуг, включая цифровые стартапы, которые могут легко привлечь аудиторию за счет инновационных подходов и технологий.

Традиционные модели монетизации, например, реклама или подписки испытывают давление в условиях перехода к цифровым платформам, где часто применяются новые модели, такие как микроплатежи, пожертвования. Защита персональных данных становится все более актуальной темой, особенно в контексте цифровых платформ, где пользовательская информация может быть уязвима для кибератак и неправомерного использования. Традиционные медиа и культурные институты должны быстро адаптироваться к новым технологиям, чтобы оставаться конкурентоспособными и соответствовать ожиданиям современной аудитории. Однако существует ряд возможностей для инновационного развития традиционных медиа и культурных институтов:

- возможность создания и распространения интерактивных, мультимедийных и персонализированных контентных форматов, которые привлекают внимание и удерживают аудиторию;
- разработка пользовательских интерфейсов и платформ, которые обеспечивают удобство использования и персонализацию контента, повышая удовлетворенность и лояльность аудитории;
- эксперименты с альтернативными моделями монетизации, такими как подписки на эксклюзивный контент, продажа виртуальных товаров, спонсорские соглашения;
- использование социальных сетей и других платформ для создания сообществ вокруг культурных продуктов, поддержка взаимодействия и обсуждения;
- использование аналитики данных для понимания потребностей аудитории, улучшения контента и эффективности маркетинговых кампаний.

Таким образом, хотя цифровая трансформация представляет собой вызов для традиционных медиа и культурных институтов, она также открывает широкие возможности для инноваций, развития и приспособления к новым реалиям рынка и потребительских предпочтений.

Цифровые технологии значительно изменили привычные способы потребления контента, сделав его бо-

лее доступным, интерактивным и персонализированным. Появление цифровых форматов, таких как видео на требование, подкасты, а также стриминговые сервисы и социальные сети, создало новые возможности для создания и распространения контента. Это способствует разнообразию культурных выражений и их глобализации.

Традиционные медиа и культурные институты сталкиваются с ростом конкуренции от новых цифровых игроков и изменением моделей монетизации. Необходимость адаптации к новым технологиям и изменению потребительских предпочтений становится ключевым фактором выживания. В то же время цифровая трансформация открывает широкие возможности для инноваций. Это включает в себя разработку новых бизнес-моделей, улучшение пользовательского опыта, эксперименты с форматами контента и интеграцию современных технологий для повышения эффективности и доступности контента [9, 10].

Цифровые медиа не только меняют способы потребления и создания контента, но и влияют на формирование и модификацию культурных идентичностей. Они поддерживают как глобальную интеграцию культурных практик, так и сохранение локальных культурных особенностей, способствуя их взаимодействию и обмену.

Таким образом, информационные преобразования привели к переменам в социальной, культурной, экономической и политической сферах бытия. Становясь участниками процессов информатизации, человечество открывает возможности к дальнейшей эволюции форм коммуникации. Данные процессы порождают неоднозначные тенденции в культуре, выраженных в процессах симуляции потребления имиджевых констант, фрагментации и мифологизации информационного пространства. Цифровая трансформация представляет собой сложный процесс, который влияет на все аспекты культурных и медиа-индустрий, требуя от них гибкости, инноваций и способности быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и технологий.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. СПб: Изд-во «Университетская книга». 2001. — 416 с.
2. Вьюгина Д. М. Особенности медиапотребления цифрового поколения России // Медиаскоп, 2017. Вып. 4. — С. 110–117.
3. Гуреева А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского Университета. Серия 10: Журналистика. 2016. № 6. — С. 192–208.
4. Гутнер Г.Б. Смысл в контексте рациональной коммуникации // Коммуникативная рациональность и социальные коммуникации. М.: Альфа-М, 2012. — С. 421–431.
5. Каминская Т.Л. Молодежь в цифровой медиасреде: виды и способы коммуникации // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2018. № 2. — С. 41–50.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
7. Макаренко Т.Д., Ковальчук Л.Б. Когнитивный подход в моделировании результативности информационных потоков СМИ // Вопросы теории и практики журналистики, 2018. Т. 7. № 2. — С. 210–221.
8. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: КАНОНпресс-Ц, Кучково поле, 2014. — 464 с.
9. Пелипенко А.А. Генезис смыслового пространства и онтология культуры // Человек. № 2. 2002. — С. 6–21.
10. Сумская А.С., Свердлов, С.А. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: Роль коммуникативно-культурной памяти в трансформации медиа-практик // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2019. — № 25(3). — С. 32–48.

© Скопа Виталий Александрович (sverhtitan@rambler.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»