

СОКОЛОВА Наталья Леонидовна / Natalya SOKOLOVA

| Цифровая культура или культура в цифровую эпоху |

СОКОЛОВА Наталья Леонидовна / Natalya SOKOLOVA

Россия, Самара.  
Самарский государственный университет, Социологический факультет.  
Кафедра социологии и политологии. Доктор философских наук, профессор.

Russia, Samara.  
Samara State University, Sociology Department.  
PhD, Associated Professor.

[sokol.nat@gmail.com](mailto:sokol.nat@gmail.com)



## ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА ИЛИ КУЛЬТУРА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ?

В статье подчеркивается, что цифровые технологии стали неотъемлемой частью жизни современного человека, что игнорировать их очевидную культурную значимость сегодня невозможно. Дается обзор основных этапов исследования цифровых медиа и Интернета, при этом особое внимание уделяется анализу категорий, которые стали базовыми для исследования новых феноменов: «цифровые (новые) медиа», «киберпространство», «киберкультура», «цифровая культура». Показано, что использование исследователями понятия «цифровая культура» связано с их желанием отказаться от приставки «кибер» с ее технократическими коннотациями. Обосновывается идея о том, что сегодня исследовать цифровую культуру – значит не столько анализировать ее феномены и артефакты сами по себе, сколько изучать широкие трансформации, происходящие в связи с распространением цифровых технологий в культуре в целом.

**Ключевые слова:** цифровая культура, цифровые (новые) медиа, Интернет, киберпространство, киберкультура, пост-киберпространство, де-вестернизация медиа-исследований

### Digital Culture or Culture in the Digital Age?

In the article, the author argues that digital technologies have become an integral part of contemporary life, so that today researchers cannot ignore their obvious cultural value. The article considers the main stages employed in the study of digital media and the Internet, with an emphasis on the basic concepts that have determined a particular framework for understanding this new phenomenon: “digital (new) media”, “cyberspace”, “cyberculture” and “digital culture”. The article shows that usage of the concept “digital culture” is connected to the researchers’ desire to refuse the prefix “cyber”, with all its technocratic connotations. Nowadays, there is an idea that to research digital culture means to investigate the broad transformations of culture in connection with recent distribution of digital technologies, rather than studying its phenomena and artifacts in itself.

**Key words:** digital culture, digital (new) media, the Internet, cyberspace, cyberculture, post cyberspace, de-westernization of media studies

Вероятно, каждый может вспомнить пару старых научно-фантастических фильмов, где изображалось компьютерное будущее человечества. Но авторы этих фильмов вряд ли предполагали, что через несколько десятилетий самые невероятные проекты сбудутся, а казавшиеся исключительно воображаемыми фантастическими гаджеты и технологии станут будничными и привычными. Цифровые средства коммуникации — Интернет, мобильные коммуникации, системы хранения и передачи данных и др. — так прочно вошли в жизнь современного человека, так серьезно стали влиять на все стороны его жизни, что все вдруг стремительно стало «цифровым». Как *digital* обозначаются явления, выходящие далеко за пределы медийной сферы: «цифровая память», «цифровой секс», «цифровое путешествие» и даже «цифровой Бог». Вот уже и университеты предлагают готовить «специалистов по цифровому образу жизни». Очевидную культурную значимость цифровых средств коммуникации сегодня невозможно игнорировать. С их распространением происходят изменения, которые затрагивают

повседневную жизнь людей, устоявшиеся культурные иерархии, способы, которыми люди взаимодействуют друг с другом и миром вокруг них. Меняется система формирования культурного опыта в целом, все базовые сферы культуры.

Исследования этих изменений уже имеют солидную историю. Они прошли путь от анализа «виртуальной реальности» и «киберпространства» до критической теории новых медиа и междисциплинарного проекта Digital Humanities, однако трансформации, происходящие в культуре в связи с экспансией цифровых технологий, по-прежнему остаются недостаточно изученными. Динамика изменений значительно опережают накопление знаний и исследовательскую рефлексию.

В разное время предлагались различные базовые дефиниции, выступавшие своеобразными «зонтиками» для анализа цифровых технологий и их социокультурной значимости: «цифровые» или «новые медиа», «киберпространство», «киберкультура», «пост-киберкультура», «цифровая культура». Смешение предлагаемых категорий отражает дискуссии, постоянное



СОКОЛОВА Наталья Леонидовна / Natalya SOKOLOVA

| Цифровая культура или культура в цифровую эпоху |

уточнение исследовательской проблематики и изменение ракурсов рассмотрения объекта исследования. Многозначность интерпретации этих понятий — свидетельство того, что исследуемый феномен сложен для изучения и находится в процессе становления.

Анализ специфики цифровых, или новых, медиа начали исследователи, работающие в области медиатеории, теории коммуникации, медиа-исследований. Термин «цифровой» в данном словосочетании вызывает, пожалуй, наименьшие дискуссии, указывая на особенности новых носителей информации, систем производства, хранения и передачи данных в противоположность аналоговым.

Термин «новые медиа», используемый как синоним термина «цифровые медиа», указывает на отличие цифровых медиа от аналоговых, «старых», традиционных, подчеркивает революционность перемен, происходящих в медийной сфере. Раньше всего этот вопрос о «новизне» новых медиа был поднят в работах историков масс-медиа и коммуникаций<sup>1</sup>. Однако история масс-медиа пишется по-разному — как история медиумов, как история их рецепции и т.д. — что влечет и различие в выводах. Новое с технологической точки зрения со временем становится привычным и в этом смысле уже не «новым», под воздействием «новых» традиционные медиа существенно трансформируются и перестают восприниматься как «старые». Так что несмотря на кажущуюся очевидность отличия новых, цифровых масс-медиа от «старых», традиционных, вопрос об их новизне для исследователей вовсе не является очевидным: по замечанию Дж. Довуи и Г.Х. Кеннеди действительно новое в «новых» медиа еще предстоит обнаружить<sup>2</sup>.

Вопрос о том, ведет ли появление новых медиа к радикальным, «эпохальным» изменениям в сфере масс-медиа или вписывается в контекст более широких исторических изменений, для теоретиков также остается открытым. Сегодня, после первых десятилетий изучения новых медиа исследователи приходят к выводу, что многие характеристики имели место и раньше, например, относимые к Интернету — мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность. По мнению С.Левингстоун, новизна Интернета как типа масс-медиа заключается, скорее, в сочетании интерактивности такими новыми характеристиками, как неограниченный диапазон контента и глобальный характер коммуникации<sup>3</sup>. Большинство исследователей о радикально новом, «революционном» в новых медиа исследователи предпочитают говорить только в контексте целой серии революций в сфере масс-медиа. Тем не менее, при значительных различиях в выводах и оценках, признание нового качества аудитории свойственно большинству авторов<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Подробный обзор этих концепций см. в работе Б. Петерса: Peters B. And lead us not into thinking the new is new: a bibliographic case for new media history // *New Media & Society*. 2009. №11. P. 13-30.

<sup>2</sup> *New Media: A Critical Introduction* / ed. J. Dovey [et al.]. L.&N.Y.: Routledge, 2009. P.14.

<sup>3</sup> Livingstone S. *New Media, New Audiences?* // *New Media & Society*. 1999. Vol.1. № 59.

<sup>4</sup> См., напр.: Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. N. Y.: New York University Press; Jermy, D.&Holmes, S.(2006). "The Audience is Dead; Long Live the Audience! Interactivity, "Telephilia" and the Contemporary Television Audience". *Critical Studies in Television*. Vol.1.No.1; Evans, E. (2011). *Transmedia Television Audiences, New Media, and Daily Life*. Routledge.

Активность аудитории новых медиа не ограничивается рецептивными и интерпретационными практиками (как это указывалось в теориях «активной аудитории» предшествующих десятилетий). Она становится непосредственным участником медийного процесса через производство (благодаря доступности цифровых технологий) и дистрибуцию медиаконтента вплоть до создания собственных, «низовых медиа». Сегодня исследователи в сфере масс-медиа заявляют о необходимости пересмотра многих положений медиатеории и развития «новых медиаисследований» (*New Media Studies*), включающих цифровые медиа и сетевые коммуникации в качестве объекта исследования<sup>5</sup>. Основные различия между «старыми», традиционными, и «новыми» медиаисследованиями выглядят следующим образом: активная аудитория / интерактивные пользователи, наблюдение (*spectatorship*) / иммерсия, централизованные медиа / «низовые», открытые медиа, интерпретация текста/ «материальная интервенция» в текст (ставшая возможной благодаря цифровым технологиям), потребитель/ «просьюмеры»<sup>6</sup> (то есть потребители, одновременно являющиеся производителями контента и артефактов).

Исследование цифровых (новых) медиа, являющееся предметом специального анализа в области медиаисследований, выходит далеко за пределы сферы масс-медиа, опосредующих любое отношение между людьми и интегрированных в жизнь современного человека, так что, по словам В. В. Савчука, «нет медиумов, а есть среда»<sup>7</sup>. Представление о том, что цифровые средства коммуникации не просто трансформируют область масс-медиа, а фактически создают новую среду обитания человека ярче всего отразилось в дискуссиях о киберпространстве.

Понятие «киберпространство» стало использоваться уже на раннем этапе исследований цифровых медиа (80-е — начало 90-х годов) и трактовалось как особая интерактивная среда, пространство, генерируемое или опосредованное компьютерными технологиями. Несмотря на то, что понятие «киберпространство» и сегодня используется очень широко — в особенности среди журналистов, критиков, художников — оно остается очень неопределенным. В целом в идее киберпространства акцентировалось внимание на новых возможностях и опасностях, которые несут новые технологии человеку, она базировалась не столько на тщательном анализе нового культурного опыта, сколько на эмоциональных оценках этих технологий: не случайно наиболее известны художественные интерпретации этой идеи — одна из наиболее известных сделана Уильямом Гибсоном в романе «Невромант». Теоретики, поставившие задачу концептуализировать киберпространство,<sup>8</sup>

<sup>5</sup> См., напр.: Bassett C. *Cultural Studies and New Media* // *New Cultural Studies: Adventures in Theory* / eds. G. Hall, C. Birchall. Athens: The Univ. of Georgia Press, 2006. P. 220-237. P. 3-5; Fuchs C. *Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet* // *European Journal of Communication* 2009. Vol. 24. №.3. P. 69-87.

<sup>6</sup> Английское *prosumer* — от *producer*, производитель, и *consumer*, потребитель.

<sup>7</sup> Савчук В. В. *Медиафилософия: формирование дисциплины* // *Медиафилософия. Основные проблемы и понятия* / под. ред. В. В. Савчука. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2008. С. 8.

<sup>8</sup> Более подробно о концепциях киберпространства см.: Вылков, Р. И. *Феномен киберпространства как философско-методологическая*



СОКОЛОВА Наталья Леонидовна / Natalya SOKOLOVA

| Цифровая культура или культура в цифровую эпоху |

преимущественно сосредотачивались на технологических, а не на социо-культурных аспектах новой среды человеческого обитания.

В конце 1990-х годов Дж. Стерн выступил против дихотомии «технофилия/технобфия», которая продолжительное время воспроизводилась в литературе по проблемам киберпространства, призвав исследователей к более тщательному, многостороннему исследованию новых феноменов. При этом речь шла об изменении вектора их изучения: так, исследователи, работающие в области *Cultural Studies*, по мнению Дж. Стерна, должны сосредоточиться не на исследовании *интернет-культуры*, а на *культурных исследованиях* Интернета; исследование Интернета должно при этом стать одним из многих других направлений исследования повседневной жизни<sup>9</sup>.

Постепенно стала утверждаться установка на то, чтобы мыслить цифровые средства коммуникации в русле более широких социо-культурных изменений. Так, один из известных теоретиков киберпространства Д. Белл акцентировал внимание на культурной составляющей киберпространства, отождествив таким образом трактуемое киберпространство с киберкультурой<sup>10</sup>. Со временем понятие «киберкультура» стало широко использоваться среди социальных теоретиков и социологов. Исследование киберкультуры (*Cyberculture Studies*) включало исследование таких проблем, как особенности формирования идентичности в контексте распространения новых информационно-коммуникативных технологий; гендерные, этнические, возрастные аспекты использования цифровых медиа; особенности формирования и функционирования онлайн-обществ, связь интернета и повседневной жизни, политики и др.<sup>11</sup> Более широкий подход в изучении киберкультуры предполагал критический анализ социо-культурных изменений, связанных с распространением цифровых технологий и сетевых коммуникаций. О необходимости развития такого исследовательского направления как *Critical Cyberculture Studies*, как «критические исследования киберкультуры», еще в 2000 году писал Д. Силвер<sup>12</sup>. Вышедший в 2006 году сборник под редакцией Д. Силвера и А. Массанари (и с предисловием Стива Джобса), стал попыткой концептуализации заявленного подхода<sup>13</sup>.

«Цифровая культура» — еще одно понятие, которое объединяет множество исследовательских подходов. Для многих исследователей использование этой дефиниции не означает какого-то принципиально нового вектора исследований. Выбор этой категории для них связан со стремлением уйти от приставки «кибер», имеющей технократические коннотации, и признанием того, что цифровые технологии стали органичной частью жизни современного человека. Не случайно

основной корпус работ, посвященных цифровой культуре<sup>14</sup>, приходится на период, когда стали говорить об установлении Web 2.0<sup>15</sup>, или Интернет второго поколения с его интерактивностью, ориентацией на массового пользователя. Усилилась гибридизация онлайн- и офлайн-пространств, Сеть превратилась в пространство человеческой коммуникации, повседневной деятельности и развлечения, в «антропо-пространство», по удачному выражению С.В. Тихоновой<sup>16</sup>. К. Бэссет, говоря о необходимости построения социальной теории, учитывающей эти изменения, описывает новый этап развития цифровых технологий и их влияние на социум как этап «пост-киберпространства»<sup>17</sup>.

Понятие «цифровая культура» также, как и понятия «киберпространство», «киберкультура», имеет разные толкования. Для некоторых исследователей исследовать цифровую культуру — значит просто исследовать переход масс-медиа от аналоговых форматов к цифровым. Здесь цифровая культура фактически отождествляется с новыми медиа<sup>18</sup>. При таком подходе остаются вне поля анализа изменения, связанные с переменами в системе масс-медиа, но выходящие далеко за ее пределы.

Для других исследователей изучать цифровую культуру — значит анализировать более широкое поле артефактов и практик, появление которых стало возможным благодаря цифровым технологиям: компьютерные игры, Интернет, компьютерную графику, технологическое искусство и др.<sup>19</sup> Изучение цифровой культуры через анализ ее основных феноменов позволяет определить ее специфику, но, как представляется, ограничивает предмет исследования.

Что значит, например, исследовать компьютерные игры? Конечно, задачей исследователей является выявление их специфики в качестве феномена цифровой культуры. Компьютерные игры — новый, наиболее «технологичный» и, пожалуй, один из наиболее характерных феноменов цифровой культуры из множества других. Не случайно дискуссии на этот счет не прекращаются: например, дискуссия между «нарратологами» и «луддологами» о применимости методов текстуального анализа, которые использовались для изучения «старых», традиционных масс-медиа. Но ведь культурный смысл компьютерных

проблема: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург. 2005. с.

<sup>9</sup> См.: Sterne J. Thinking the Internet: Cultural Studies versus the Millennium // *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods* / Ed S. Jones. Thousand Oaks, CA: Sage, 1999. P. 257-288.

<sup>10</sup> Bell D. *An Introduction to Cybercultures*. L. & N.Y.: Routledge, 2005. P. 276.

<sup>11</sup> В таком ключе например, выполнен четырехтомник: Bell D. (ed.) *Cybercultures*. London; New York: Routledge, 2006.

<sup>12</sup> Silver D. *Looking Backwards, Looking forwards: Cyberculture Studies 1990–2000* // Gauntlett D. (ed.) *Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*. L.: Arnold, P. 19–30.

<sup>13</sup> Silver D. & Massanari A. (eds), *Critical Cyberculture Studies*. New York: New York University Press, 2006.

<sup>14</sup> *Digital Cultures: Understanding New Media*/eds. G. Creeber, R. Martin. N.Y.: Open University Press, 2009; Hand M. *Making Digital Cultures: Access, Interactivity, and Authenticity*. Ashgate Publishing, 2008

<sup>15</sup> *Web 2.0* — это феномен, который связывают с рядом технологических нововведений, результатом которых стала существенная модификация «классического» Интернета. Понятие *Web 2.0* было предложено в 2004 году Т. О`Рейли (см.: О`Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // *Компьютерра*. 2005. № 37 (609), 38 (610). URL: <http://www.computerra.ru/think/234100>.

<sup>16</sup> Тихонова С.В. *Социальная мифология в коммуникационном пространстве современного общества: автореф. дис. ... докт. филос. наук*. Саратов, 2009. С.27-28.

<sup>17</sup> Bassett C. *New Maps for Old?: The Cultural Stakes of '2.0'* // *Fibreculture Journal*. 2008. № 13. URL: [http://journal.fibreculture.org/issue13/issue13\\_bassett.html](http://journal.fibreculture.org/issue13/issue13_bassett.html).

<sup>18</sup> пример такого подхода мы видим, например, у известного австралийского исследования М.Деуза. См.: Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. URL: <http://www.slideshare.net/RemingInSydney/what-is-digital-culture>

<sup>19</sup> См. статью Д. Галкина «Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей» в этом выпуске журнала.





## ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА / DIGITAL CULTURE

СОКОЛОВА Наталья Леонидовна / Natalya SOKOLOVA

## | Цифровая культура или культура в цифровую эпоху |

игр выходит за пределы игр самих по себе. Вокруг игр сложились разнообразные культурные практики — подготовка игроками энциклопедий и гайдов по играм, создание фан-арта<sup>20</sup>, формирование онлайн-сообществ и др. Игры — в особенности онлайн-многопользовательские — фактически стали системой широкого социального взаимодействия (это особенно видно в слиянии онлайн-игровых миров с социальными интернет-сетями). Установка современного бизнеса на использование активности потребителя для достижения эффективного контроля над рынком<sup>21</sup> предполагает не только активное участие игроков в самом процессе игры, построении игровых миров, но и деятельность по созданию любительских модификаций игр: возможности для такой деятельности закладываются разработчиками в саму структуру игр. Креативность игроков оказывается встроенной в современную игровую промышленность; она трансформируется в стоимость, присваивается и «монетизируется» компаниями и фактически может быть рассмотрена в терминах труда. Классическое представление об игре, представленное, в частности, в работах Й. Хейзинги, существенно меняется. Игроки становятся со-участниками производства игр — «просьюмерами». Распространенность подобных массовых практик приводит к размыванию границ между потреблением и производством, игрой и работой, свободным временем и трудом, подрывает монополию профессионального сектора, вступает в противоречие с установившейся иерархией в культуре: культура становится полем борьбы за легитимное производство смыслов и установление культурных норм.

Возможна ситуация, когда о цифровых технологиях, форматах, артефактах вряд ли можно говорить, как о феномене цифровой культуре в том смысле, что они оказываются неосвоенными человеком, а их возможности — не востребованными. Например, с появлением телевидения цифровых форматов, по мнению многих исследователей, пришел конец «классической» телевизионной эпохе. Они заявляют о «смерти», «конце телевидения»<sup>22</sup>. Действительно, новое телевидение дает возможность перейти от жесткой сетки аналогового вещания к формированию программы по выбору, его интерактивность предполагает более высокую, в сравнении с традиционным телевидением, степень вовлеченности зрителя в телевизионный процесс. Однако, как показал первый опыт цифрового телевидения, большинство зрителей вовсе не спешит использовать интерактивные телесервисы, полагая, что главное в цифровом телевидении — это улучшение «картинки», качества изображения. К тому же цифровое телевидение, действительно, дает зрителю возможность формировать свою программу для просмотра, но в выборе контента он по-прежнему ограничен тем, что ему предлагает вещатель, для которого коммерческие интересы остаются приоритетными. С точки зрения контента

цифровое телевидение в его нынешнем состоянии подчас осуществляет даже больший диктат, чем «большие каналы» аналогового телевидения.

Как представляется, исследование цифровой культуры не исчерпывается анализом цифровых технологий, форматов и гаджетов, а затрагивает самые разные стороны жизни современного человека, предполагает анализ изменений самих практик и продуктов человеческой деятельности. Так что исследование *цифровой культуры* предполагает не только анализ ее феноменов, сам по себе важный, но оборачивается исследованием того, что происходит с *культурой в эпоху распространения цифровых технологий*.

Такая постановка вопроса представляется закономерной еще и потому, что цифровую культуру трудно отделить от культуры «нецифровой». Дело не только в стремительной «оцифровке» современной культуры, но и в том, что цифровая культура органично связана с культурой предыдущих эпох, «пре-цифровой» культурой. Это хорошо показывают многие исследования: например, Л. Манович показал, как органично новые медиа связаны с культурой авангарда<sup>23</sup>, Э. Дарли выявил сходные черты эстетики «новых» медиа и раннего кино, современных виртуальных миров с павильонными панорамами начала века<sup>24</sup>. Продуктивность использования для анализа новых культурных феноменов некоторых устоявшихся аналитических подходов тоже, пожалуй, подтверждает, что в нынешнем переходе на «цифру» содержится не только момент перехода, скачка, но и повторения, возврата: не случайно вполне естественно воспринимаются выражения «цифровой Маркс», «цифровой Маклюэн», «цифровой Беньямин»<sup>25</sup> и проч.

Исследование цифровой культуры должно предполагать более широкую перспективу еще и потому, что, по мнению Н. Тумим, оно должно включать вещи, которые, казалось бы, непосредственно с ней не связаны; включать анализ ситуаций, где цифровые технологии не доступны и не используются<sup>26</sup>. Действительно, анализ таких ситуаций важен для понимания культуры в цифровую эпоху, и они далеко не ограничиваются ситуацией «цифрового исключения» [digital exclusion] и проблемой обеспечения прав человека на доступ в Интернет и использование цифровых медиа (о которой пишет Н. Тумим). Возьмем, например, различия поколений в отношении к цифровым технологиям. Разрыв между *Digital Natives*, «цифровыми аборигенами», то есть поколением людей, которые выросли в мире современных цифровых технологий, и *Digital Immigrants*, «цифровыми иммигрантами», родившимися до начала цифровой эпохи, действительно, существует. Но ведь социализация личности, ее культурное самоопределение не происходят в безвоздушном пространстве, а значит, на эти процессы не могут

<sup>20</sup> Фан-арт — артефакты, созданные фанатами на основе оригинального произведения, являющегося объектом поклонения.

<sup>21</sup> Тапскотт Д., Уильямс Э. Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. М.: BestBusinessBooks, 2009. 392 с.

<sup>22</sup> Katz E. 'The End of Television?', *The Annals of the American Academy of Political and Social Science: A special edition. The End of Television? Its Impact on the World (So Far)* / eds. Katz E., Scannell. P. 2009. Vol. 625. No. 1. P. 3-24. Spigel, L. & Olsson, J., eds. (2005). *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*: Duke University Press.

<sup>23</sup> Manovich L. *New Media from Borges to HTML* // *The New Media Reader* / eds. N. Wardrip-Fruin, N. Montfort. Cambridge: Massachusetts, 2003. P. 36-39.

<sup>24</sup> Darley A. *Visual Digital Culture: Cuftrace Play and Spectacle in New Media*. L.&N.Y.: Routledge. 2000. Ch. I.

<sup>25</sup> См., напр.: Mapping Benjamin. *The Work of Art in the Digital Age*/Ed. H. U.Gumbrecht and M. Marrinan. Stanford, Stanford University Press, 2003.

<sup>26</sup> Thumim N. *Self Representation and Digital Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 2012.P. 12-13.



**ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА / DIGITAL CULTURE**

СОКОЛОВА Наталья Леонидовна / Natalya SOKOLOVA

**| Цифровая культура или культура в цифровую эпоху |**

не влиять поколенческие различия, способы, которыми люди разных поколений общаются друг с другом и т. д.

Таким образом, исследование влияния цифровых средств коммуникации на культуру оборачивается не только изучением цифровой культуры, но и культур — «не-цифровой», «пре-цифровой», — взаимосвязанных и взаимодействующих между собой (я обхожу здесь вопрос о методологических аспектах выделения множественных культур — в разных исследовательских парадигмах, например, отечественной культурологии и британских *Cultural Studies* они существенно разнятся). О цифровых культурах во множественном числе можно говорить

также, учитывая локальную специфику распространения цифровых технологий и культурно-исторического контекста. Идея «де-вестернизации» медиа-исследований<sup>27</sup> (предложенная, как это ни парадоксально, в рамках западного академического сообщества) вполне справедлива: необходимо искать аналитические модели, дающие возможность локальные, незападные модели развития цифровых средств коммуникации и их влияния на культуру.

<sup>27</sup> См., напр.: Aram A. How and where to de-westernize media research? // *Journal of Media and Communication Studies* Vol. 3(8). P. 243–247.

