

Гурова Інна Володимирівна,

кандидат історичних наук,

доцент кафедри богослов'я та релігієзнавства

Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

i.v.hurova@npu.edu.ua

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ

Розглянуто вплив цифрових технологій на популярну культуру, яка нині є найбільш поширеною формою культури. Методологією дослідження є британський культурологічний підхід, який отримав назву Cultural Studies. Культура, в рамках цієї методології, розглядається не як суспільна галузь, а важливий культурний простір, що продукує значення, цінності та смисли. Аналіз впливу цифрових технологій на популярну культуру здійснюється від мережевого сервісу Web 2.0 як другого покоління розвитку Інтернету. Джерелом аналізу стає феномен блогів, які стали інтерактивними моделями спільної роботи над текстами. Також розглянуто феномен селфі як створення медійного образу та соціальну мережу Фейсбук як доступний віртуальний простір для співтворчості. Автором акцентовано увагу на факт того, що диджиталізація допомагає культурним інституціям, адже сприяє не лише трансляції культурного контенту, а й спільного творення та можливості зворотного зв'язку з цифровою спільнотою.

Ключові слова: цифрові технології, популярна культура, культурні практики, смисли, культурна активність.

DIGITAL TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON THE TRANSFORMATION OF POPULAR CULTURE

The author considers the impact of digital technologies on popular culture, which is the most widespread form. The research methodology is based on the British approach called Cultural Studies. The relevant methodology treats culture not as a social branch but an important cultural space producing meanings, values, and narratives. The analysis of the impact of digital technologies on popular culture is carried out on the part of Web 2.0 as the second generation of the Internet. The phenomenon of blogs, which have become interactive models of joint work on texts, is an analysis resource. The phenomenon of selfies as a creation of a media image and the social network Facebook as an accessible virtual space for co-creation are also analyzed. The author highlights that digitalization helps cultural institutions by promoting the transmission of cultural content and co-creation and feedback of the digital community.

Key words: digital technologies, popular culture, cultural practices, narratives, cultural activity.

XXI сторіччя визначається як епоха грандіозних трансформацій в усіх сферах життя, але, найголовніше, у розвитку інформаційного суспільства, мережевих зв'язків та швидкому піднесенні цифрових технологій.

Цифрові технології є невіддільною складовою частиною загального процесу диджиталізації, яка характеризується переходом від промислової доби з її аналоговими технологіями до інновацій, пов'язаних з електронними транзакціями, які здійснюються за допомогою використання глобальної мережі Інтернет.

Не оминув цей процес і царину культури, де цифрові технології стають одним із вагомих драйверів між культурними інституціями

та споживачами культурного продукту, просування культурних установ в Інтернеті. Так, стали звичним явищем у реальному житті, особливо в часи обмежень, пов'язаних з поширенням ковіду, такі події як віртуальні театральні спектаклі, зокрема, онлайн-трансляції на порталі, де можна переглянути як нещодавні прем'єри, так і архівні вистави. Все більше поширюються віртуальні концертні зали, електронні бібліотеки чи цифрові архіви. Сучасний музей вже неможливо уявити без власного Web-сайту, віртуальної колекції, мультимедійного гіда та інших цифрових проєктів, які значно розширюють можливості функціонування та організації культурних інституцій.

Сучасне суспільство – це, за визначеннями багатьох дослідників, є мережевим суспільством. Так, сучасний український філософ Сергій Дацюк, пише, що саме зараз виникають *мережеві громади* як впливова сила сучасності та майбутнього [1]. І якщо людина будь-яким чином не представлена в Інтернеті, будь-якій соціальній мережі, то можна сказати, що вона відсутня і у реальності, її складно відшукати за потреби, що особливо стосується культурних установ та культурних діячів. Тому глобальна світова мережа – ефективний спосіб комунікації та поширення культурної інформації, адже тут можна розміщувати блоги про культуру, здійснювати e-mail-розсилки, анонси різноманітних заходів чи брати участь у навчальних вебінарах.

Бурхливий розвиток та поширення цифрових технологій, зокрема, у галузі т.зв. «нових» (цифрових медіа) привнесло кардинальні зміни у популярну культуру, назавжди змінивши життєвий простір людини.

Під популярною культурою у цій розвідці будемо розуміти ті сенси та конотації, які були закладені представниками британського та американського напрямів культурних досліджень ще у другій половині ХХ століття і отримали назву Cultural Studies (Річард Гогарт, Реймонд Вільямс, Стюарт Гол, Річард Джонсон, Джон Фіске та ін.). Вони запропонували нову методологію дослідження культури, яка, з одного боку, усувала поділ культури на «елітарну» та «масову», і простежували її як складний соціальний процес, а з іншого боку, культура осмислювалась не як суспільна галузь, а важливий культурний простір, що продукує значення, цінності і смисли.

Популярна культура створюється самими людьми в культурних практиках повсякдення, через субкультурні чи контркультурні рухи, в умовах, коли тиск владних та комерційних структур визначає магістральні тренди. Дж.Фіске у цьому контексті зазначає, що у кожному суспільстві окрім можновладців живуть звичайні люди, «народ» («populus»), тому «популярна культура» у певному сенсі може розумітись як «народна». І особливо у добу інформаційного суспільства популярна культура постає як трансформована «народна культура» [2, с. 158].

Дж.Фіске стверджує, що навіть в умовах поширення культурних індустрій як певного

конвеєра з виробництва культурних продуктів, які пропонують споживачам уніфіковані культурні продукти, люди споживають товари не бездумно, а самостійно надають значення товарам, шоу-бізнесу та зіркам, які їм подобаються, і отримують від них задоволення [3, с. 64]. Символічний досвід і практики звичайних людей виявляються більш значущими у дослідницькому і політичному плані, ніж культура, що створюються елітою.

Ще один дослідник популярної культури американської гілки Cultural Studies Джон Сторі засвідчує, що сьогодні користувачі можуть вільно охопити якийсь виготовлений вміст, змінити його для власного використання або повністю відхилити його та створити власний, завдяки цьому у сучасному постмодерному світі різниця між «автентичним» та «комерційним стирається» [4].

Встановлення соціально-культурної парадигми Web 2.0, яка стала результатом серії технологічних нововведень 2000-х років, призвело до значної модифікації Інтернету та посилило його інтерактивну складову, що дозволило безпосередню участь споживачів у культурному виробництві [5]

Мережевий сервіс Web 2.0 як друге покоління розвитку Інтернету, якісно вплинув на розвиток популярної культури. Якщо технологія Web 1.0, будучи поширеною у світі протягом 1990-х років, дозволяла користуватись мережею Інтернет як звичайним друкованим медіа, а саме – лише читати та аналізувати наданий контент, то нова технологія мережевого сервісу надає її користувачам набагато більше можливостей. Як зазначив, ще у 2004-2005 рр., один із перших розробників і дослідників цього сервісу Т. О'Рейлі, світ Web 2.0 – це «світ, у якому аудиторія вирішує, що є насправді важливим» [6]. Пояснення такій ситуації є в тому, що ця цифрова технологія технічно дозволяє споживачам контенту активно впливати на створення мережевого продукту шляхом додавання коментарів, виробництва власних WEB-продуктів та їх обмінів з іншими користувачами. Це зробило Інтернет більш інтерактивним, а завдяки цьому споживачі стали брати безпосередню участь у культурному виробництві. Наявність соціальних медіа означає також, що споживачі можуть не лише вільно спілкуватись безпосередньо з продюсерами, а вони самі, відповідно до

концепції популярної культури, є продюсерами, виробниками, творцями креативного продукту.

Одним із перших продуктів, що розвинулась на цифровій платформі був блог, який перестав бути статичним щоденником. Блог (дослівно з англ. web-log – мережевий журнал) перетворився на інтерактивну модель, де автор може надавати своєму текстовому матеріалу назву, дописувачі обговорювати надане, обмінюватись думками та ідеями, додавати власні коментарі, ілюстрації, зображення та відео тощо. Наразі блогери складають значну конкуренцію професійним медіа і за кількістю читачів і за якістю наданого матеріалу. Згодом стало актуальним відеоблогерство, тобто електронний щоденник, у якому автор спілкується з аудиторією не у звичайній текстовій формі, а за допомогою відео звернень.

Яскравими прикладами віртуального простору, народженого аматорами є також створення власних сайтів, виготовлення комп'ютерних інді-ігор («незалежні комп'ютерні ігри»).

Окремим різновидом популярного цифрового мистецтва фотографії стало селфі, або іншими словами автопортрет, зроблений за допомогою цифрового пристрою і опублікований у соціальних мережах в Інтернеті. Під час виготовлення селфі людина творчо перетворює вже не матеріальний простір, а віртуальний, конструюючи медіареальність і самостійно створює свій медійний образ.

На підставі цифрових технологій стали можливі соціальні мережі, зокрема Фейсбук. Він є популярним серед мільйонної аудиторії учасників через те, що вони тут не просто пасивні читачі чи спостерігачі, а доступність і легкість

програмного забезпечення дозволяє кожному з охочих створювати власне відео, анімацію, літературні поетичні чи прозові твори та викладати для загального огляду.

У процесі функціонуванні мережевого контенту стає важливою діяльність користувачів, враховуються їхні думки та ідеї. Це робить цифрові технології інтерактивним процесом, а учасники отримують безмежну свободу самовираження, вільну від офіційної заангажованості [7].

Активний розвиток творчості звичайних людей, які послуговуються сучасними цифровими технологіями пояснюється кількома причинами: як відсутністю в мережі цензури, владного чи комерційного тиску та інших обмежень, тому можливо висловлювати ширший діапазон думок і вражень, так і можливістю технічно легко реалізовувати свою креативність та творчість. Такі культурні практики популярної культури протистоять соціально-культурним інституціям, адже формуються поза їхнім впливом самостійно, без фінансових інвестицій та іншої підтримки. Водночас діджиталізація допомагає і культурним інституціям трансформувати свою роботу, не просто транслюючи контент, а й творити його разом з користувачами, а також дослуховуючись до думки цифрового співтовариства.

Таким чином, цифрові технології є одним із вагомих чинників, які вплинули на трансформацію популярної культури. Змінилися не лише темпи поширення культурних продуктів, але й змінився механізм їх створення. Масова аудиторія із пасивних споживачів культури перетворилась на її активного виробника, стало можливим колективно творення культурних текстів.

Список використаних джерел:

1. Дацюк С. Декларация громад людства. URL: <https://hvylya.net/analytics/society/deklaratsiya-obshhinchelovechestva.html>
2. Русаков С.С., Ткачук Н.М. Британський та американський напрями Cultural Studies: компаративний аналіз. «Гілея: науковий вісник»: Збірник наукових праць. Київ, 2016. Вип. 115.
3. Fiske J. Understanding popular culture. London etc., 1992.
4. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура. Вступний курс. Київ : Вид-во «Акта», 2005. 357 с.
5. Соколова Н.М. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик: дис. ... д-ра философ. наук: 09.00.11. Самара, 2010. 354 с.
6. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра. 2005. № 37 (609), 38 (610). URL: <https://old.computerra.ru/2005/609/233483/>
7. Гурова І.В. Мережевий сервіс Web 2.0 та його вплив на трансформацію популярної культури. *Людина і штучний інтелект: виміри філософської антропології, психоаналізу, арт-терапії та філософської публіцистики. Підхід філософської антропології як метаантропології: збірник наукових праць / за ред. Н. Хамітова і С. Крилової.* Київ : КНТ, 2020. 266 с.