

УДК 008.001 (4)
DOI: 10.17223/22220836/41/3

Е.В. Водопьянова, Л.А. Коробейникова

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОХРАНЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Базирываясь на анализе официальных документов Европейского союза, в частности вводя в научный оборот содержание наднациональной инициативы «Креативная Европа» на 2021–2027 гг., рассмотрены новейшие тенденции в организации менеджмента культуры Старого Света. Показано, что в эпоху становления информационного социума базовым инструментом как сохранения культурного наследия, так и продвижения современной культуры в регионе становится цифровизация. Одновременно установлено, что данная парадигма цифровизации ныне не только неотделима от инновационно-технологических стратегий ЕС, но и стремится развиваться в русле классических постулатов европейских ценностей.

Ключевые слова: цифровизация, пакет мер ЕС «Креативная Европа», эволюция информационного социума.

Современное информационное общество – и его европейская версия не является исключением – эволюционирует в поисках ускользающего баланса между глобальным и региональным, трудом и досугом, знаниями и развлечениями, традиционным и современным. 2020 год внес в эти, уже в значительной мере устоявшиеся, дихотомии новые грани.

Кризис, вызванный глобальной пандемией коронавируса, оказал весомое влияние как на образ жизни европейцев, так и, в частности, на их мобильность. В этих условиях цифровые технологии могут стать наиболее эффективным средством для продвижения культурного наследия и расширения масштабов его доступности для европейцев. При этом одновременно решаются как минимум две взаимосвязанные задачи: безопасная адаптация к жизни в условиях пандемии, а также в большинстве случаев свободный от оплаты онлайн-доступ как к современным, так и к классическим культурным продуктам. Кроме того, потребительская доступность дигитальных форм культуры экстраполирует виртуальные объекты этого типа и на другие сферы, как, например, туризм. Последний в цифровом измерении культурных объектов Старого Света может обрести залог текущей устойчивости, а также грядущего восстановления и расширения. Таким образом, актуальность проблематики данной статьи диктуется как минимум тремя факторами социопознавательного измерения:

- во-первых, возросшей ролью цифровизации культуры в условиях пандемической / постпандемической европейской реальности;
- во-вторых, самой логикой эволюции информационного социума, в котором именно взаимодействие реального и виртуального, централизованного и сетевого создает бесконечный спектр возможностей;
- в-третьих, дигитальная парадигма, используемая при анализе официальных документов ЕС (в данном случае программы «Креативная Европа» (Creative Europe; далее – CE) на 2021–2027 гг.), позволяет акцентировать

внимание на динамике приоритетов современной культурной политики Европейского Союза.

В контексте цифровизации эти факторы полностью вписываются в динамику технологических изменений, характеризующих современный европейский социум, а следовательно, во-первых, лишены архаики, а во-вторых, открыты к изменениям, диктуемым третьим тысячелетием вообще и его экономикой в частности.

«По характеру и средствам передачи культурной информации мы можем судить о доминирующем в культуре способе миропонимания, лежащих в основе культуры ценностях и приоритетах» [1. С. 9]. В современном европейском информационном социуме цифровизация постепенно становится главным средством трансляции культуры. Она, таким образом, оказывается связанной с системой культуры обратными связями, поскольку порождается информационным обществом и его детерминантами, а затем и сама начинает оказывать едва ли не определяющее влияние на характер и темп культурной динамики.

Первые публикации, посвященные феномену цифровой культуры, появились на рубеже веков (Р. Levinson, С. Gere, J. Harris, Р. Taylor и др.) [2–4] и активно издаются до сих пор (Н. Kressel, Д. Галкин и др.) [5–7]. Новизна данного рассмотрения состоит в том, что сложившаяся к настоящему времени дигитальная парадигма анализа информационного общества используется здесь как базовый объяснительный принцип для рассмотрения механизмов формирования новейших стратегий культурной политики Евросоюза.

Статья 3 Договора о Европейском союзе гласит, что целью Союза является содействие миру, его ценностям и благосостоянию своих граждан. Среди прочего, он ориентирован на уважение своего богатого культурного и языкового разнообразия, обеспечивая сохранение и приумножение культурного наследия Европы. Отдельные государства – члены ЕС сами по себе не имеют достаточных рычагов для всеобъемлющего решения подобных задач.

Культурная политика Европейского союза в настоящее время представляет собой вполне самостоятельный элемент в системе интеграционных стратегий объединения. Однако европейская культурная интеграция прошла достаточно долгий путь, прежде чем понимание данных процессов приобрело целостность, оказалось зафиксированным в документах ЕС и сегодня реализуется посредством действующей с января 2021 по 2027 г. новой программы СЕ, пришедшей на смену программе с аналогичным названием на 2014–2020 гг., а ранее «Культуре 2007–2013» и «Культуре 2000». При этом роль цифровизации как средства и условия реализации данных инициатив объективно возрастает от программы к программе. В нынешних условиях дигитализация оказывает огромное влияние на то, как создаются, управляются, распространяются, потребляются и коммерциализируются культурные продукты и процессы, изменяя ценностные установки, которые преобладали в аналоговую эпоху. Оцифровка, безусловно, облегчила распространение культурного контента и услуг творческих индустрий, но одновременно усилила трансграничную конкуренцию контентов в глобальном масштабе. Таким образом, цифровизация становится для классической и современной ипостасей европейской культуры как предпосылкой, так и условием их сохранения, адаптации, а также дальнейшего развития. Программа СЕ уже самым своим замыслом ориентирована на межсекторальное взаимодействие с такими, также

подразумевающими системную дигитализацию инициативами ЕС, как программа НИОКР Horizon Europe, «Цифровая Европа», нацеленная на создание соответствующей ИКТ-инфраструктуры, а также комплекс мер Invest EU финансового характера.

На сегодняшний день СЕ – единственная программа Европейского союза, ориентированная исключительно на деятельность в сфере наследия, а также современной культуры и креативных индустрий.

Цифровые технологии представляют собой уникальную возможность расширить аудиторию творцов и потребителей всех форм культуры. В дигитальной парадигме цифровая эпоха выступает проводником новых способов взаимодействия с культурой. Последняя, в свою очередь, формирует специфические рамки для такой цифровизации, в основе которой лежат европейские ценности права, свободы, демократии и справедливости.

«Соблюдение основных прав и свобод человека, обеспечение социальной справедливости и функционирование социального государства (прежде всего для своих собственных граждан) стали не просто системой ценностей, носителем которой могло выступить любое европейское государство, а, скорее, „эксклюзивным брендом“. Права на этот „бренд“ были закреплены сначала за европейскими сообществами, а затем за Европейским союзом» [8. С. 50, 51].

Таким образом, цифровизация как средство расширения инклюзивности европейской культуры работает и на продвижение европейских ценностей свободы как беспрепятственного и вариативного доступа к художественному наследию / современным креативным практикам, а также способствует возможностям осознанного выбора внутри них. В текущей стратегии тесно переплетены такие социальные проблемы европейского социума, как нацеленность на обеспечение растущего качества жизни, возможностей досуга и трудоустройства, особенно в отдаленных и сельских районах, больше других страдающих от сокращения населения и его старения.

Цифровизация творчества, доступная для всех, – это ныне такая же фундаментальная переменная, как промышленная революция в индустриальную эпоху. Европа имеет долгую и успешную историю эффективного взаимодействия технологий и творчества, а нынешние рамочные программы (в том числе и в сфере культуры) нацелены на продолжение этих традиций в постиндустриальную эпоху.

Новая версия СЕ, стартовая в 2021 г., вновь состоит из двух подпрограмм, относящихся к культуре (подпрограмма «Культура») и непосредственно к аудиовизуальному сектору (подпрограмма MEDIA), и объединяющих их действия. Объем ассигнований при этом увеличился на 50% по сравнению с бюджетом предыдущей СЕ на 2014–2020 гг. О значимости программы в условиях финансовых ограничений, вызванных пандемией, это говорит более чем красноречиво.

Конкретные цели новой СЕ включают в себя [9]:

- расширение художественного и культурного сотрудничества, включая мобильность на уровне ЕС;
- содействие сотрудничеству, конкурентоспособности и инновационному потенциалу европейской аудиовизуальной индустрии;
- поддержку создания, тиражирования и продвижения европейских произведений;

- содействие созданию разнообразной и плюралистической медиасреды;
- продвижение медиаграмотности.

При этом цели текущей СЕ существенно переориентировались с прежней экономической доминанты на социальное измерение и вклад культуры в международные отношения [10], которые в нынешних условиях нереализуемы вне цифрового контекста.

В целом программа включает в себя:

- поддержку перевода и продвижения литературных произведений по всему ЕС;
- разработку аудиовизуальных произведений, в том числе видеоигр;
- производство инновационного телевизионного контента, европейских и международных копродукций;
- продвижение международных продаж и тиражирования не национальных европейских произведений на всех платформах.

Если внимательно проанализировать цели и основные направления поддержки культурного и креативного секторов, то станет очевидно, что сотрудничество в этих сферах, мобильность их участников и новые инновационные формы продвижения продуктов культурной и творческой деятельности в нынешних условиях возможны лишь на основе совершенствования цифровой инфраструктуры, значимость которой лишь возрастает от программы к программе.

Одновременно СЕ также поддерживает:

- проекты по охране архитектуры и наследия;
- европейские кинофестивали и музыкальный сектор: аудиовизуальная индустрия Европы признана на международном уровне, но она недостаточно конкурентоспособна на едином цифровом рынке. Так, 80% европейских фильмов – это все еще страновая продукция, хотя сегодня ни у кого не вызывает сомнений, что совместные постановки имеют больше перспектив, нежели национальные фильмы;
- многолетнюю инициативу «Европейские столицы культуры», продвигающую идею богатства и разнообразия культур в Европе;
- премию ЕС по литературе, которая присуждается лучшим начинающим авторам;
- лейбл европейского наследия, присваиваемый объектам за вклад в прогресс знаний по истории ЕС и содействие утверждению единства Евросоюза.

Большинство из этих инициатив хотя бы частично непременно реализуется в цифровом формате, когда речь идет об информировании о них потенциальных участников, процедуре подачи заявок, их последующей экспертизе и далее продвижении проекта в границах ЕС и за его пределами.

Существующее до настоящего времени культурное и лингвистическое разнообразие Европы приводит к тому, что культурный и творческий секторы существенно фрагментированы по национальному и языковому признакам. Это разнообразие, с одной стороны, является частью культурного богатства Европы, однако оно же объективно создает трудности для реализации трансграничных культурных инициатив, вне которых немислим новый глобальный цифровой мир.

Программа СЕ на 2021–2027 гг. направлена на развитие творческого потенциала художников и субъектов культурных индустрий, позволяя им сотрудничать через границы, поскольку в настоящее время транснациональный

оборот культурных продуктов все еще продолжает быть ограниченным. Поэтому для Евросоюза сегодня очень важно стимулировать межнациональное распространение и совместное производство продуктов культуры и креативных индустрий, одновременно разрабатывая более эффективные решения для охвата ими наднациональной аудитории.

Аудиовизуальный сектор стран Евросоюза, который в настоящее время переживает пандемию второй волны, уже серьезно пострадал от кризиса, особенно в его оффлайн-ипостаси, и не сможет самостоятельно справиться с нехваткой финансирования. Во многом этим и обусловлено увеличение финансирования новой программы СЕ. Медиаподпрограмма в рамках последней охватывает аудиовизуальный сектор и включает в себя следующие основные элементы [11]:

- усиление внимания к формированию аудитории, в том числе с помощью новых бизнес-моделей и новых технологий, чтобы быть интересными для потребителей во всем мире;
- разработку и продвижение инновационного контента, нацеленность на охват новой аудитории и расширение вариантов общения с ней;
- создание сети европейских фестивалей;
- создание онлайн-каталога европейских фильмов;
- усиленные инвестиции в обучение аудиовизуальных специалистов, чтобы сделать их «цифровыми».

Не менее важно и то, что культурному и креативному секторам Европы приходится сталкиваться с возросшей конкуренцией со стороны новых и сильных, хотя и обезличенных, глобальных игроков, таких как, например, поисковые системы и социальные веб-платформы. Это привело к необходимости разработки новых бизнес-моделей и реализации потенциала роста за счет использования преимуществ цифровых технологий, чтобы быть конкурентоспособными на мировом рынке. Таким образом, подпрограмма MEDIA отражает, что специалисты в этой сфере должны превратиться из «аналоговых» в «цифровых», чтобы выдержать конкуренцию с культурой и творчеством, доступными в сетях и одновременно предложить дигитальные версии традиционных аудиовизуальных продуктов.

Формирование и расширение потенциальной аудитории творческих индустрий и культурного наследия ныне невозможно без инновационных форматов. И, безусловно, цифровизация играет в них ведущую роль, позволяя реализовать потребности прежде всего в разных видах дистанционного сотрудничества и коммуникации. Нельзя не признать, что эта эволюция происходит противоречиво: в дигитальных технологиях изначально запрограммирована гибкость; директивы Евросоюза, декларирующие цифровизацию, тем не менее многократно согласовываются на всех уровнях власти, а значит, объективно запаздывают в удовлетворении потребностей времени и чаяний профессионалов и потребителей культурно-креативной сферы. Однако в этой противоречивости – залог прогресса современной «Креативной Европы» как совокупности реальной и виртуальной деятельности европейцев этой сфере, а также как мегапроекта ЕС.

Литература

1. Ермоленко Г.А., Кожевников С.Б. Коммуникативное пространство культуры и феномен цифровизации // Вестник МГПУ. Сер. Философские науки. 2018. № 3. С. 9–15.

2. *Levinson P.* Digital McLuhan: a guide to the information society. London : Routledge, 1999. 240 p.
3. *Gere C.* Digital Culture. London : Reaction Books, 2002. 222 p.
4. *Harris J.L., Taylor P.A.* Digital Matters, Theory and culture of the matrix. London : Routledge, 2005. 210 p.
5. *Kressel H.* Competing for the future. How digital innovations are changing the world. Cambridge : Cambridge University Press, 2007. 422 p.
6. *Галкин Д.В.* Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 11–16.
7. *Digital culture: your competitive advantage.* Microsoft Corporation, 2017. 25 p.
8. *Ярошенко Л.А.* Европейские ценности между традицией и современностью // Европейская культура: XXI век. М. ; СПб. : Нестор-История, 2013. С. 36–59.
9. *Creative Europe programme 2021–2027.* URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/creative-europe-2021-2027/#> (accessed: 27.11.2020).
10. *Pasikowska-Schnass M.* Creative Europe programme 2021–2027. URL: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI\(2018\)628229](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2018)628229) (accessed: 25.11.2020).
11. *The next Creative Europe MEDIA Programme.* URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/next-creative-europe-media-programme> (accessed: 01.11.2020).

Elena V. Vodopyanova, Institute of Europe, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russian Federation).

E-mail: veritas-41@yandex.ru

Larisa A. Korobeynikova, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: larisa_korobeynikova@rambler.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedeniye – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History, 2021, 41, pp. 41–47.

DOI: 10.17223/2220836/41/3

DIGITALIZATION AS A TOOL FOR PRESERVING AND PROMOTING EUROPEAN CULTURE

Keywords: digitalization; EU “Creative Europe” package of measures; evolution of the information society.

Based on the analysis of official documents of the European Union, and, in particular, introducing the content of the supranational initiative “Creative Europe” for 2021–2027, the article examines the latest trends in the organization of management of Old World culture. It is shown that in the era of formation of the information society, digitalization is becoming a basic tool not only for preserving cultural heritage, but also for promoting modern culture in the region. At the same time, it is established that this digital paradigm is now inseparable not only from the EU's innovation and technology strategies, but also seeks to develop in line with the classical postulates of European values.

It is shown that in the modern European information society, digitalization is gradually becoming the main means of broadcasting culture. Thus, it is connected with the cultural system by feedback links, since it is generated by the information society and its determinants, and then it begins to exert almost a determining influence on the nature and pace of cultural dynamics.

The study revealed that the digitalization of creativity, accessible to all, is now as fundamental a change as the industrial revolution in the industrial era, and the current Framework programs (including in the field of culture) are aimed at continuing these traditions in the post-industrial era.

Most of these initiatives are at least partially implemented in a digital format, when it comes to informing potential participants about them, the application procedure, their subsequent examination and further promotion of the project within the EU and beyond.

The author emphasizes that in the current environment, digitalization has a huge impact on how cultural products and processes are created, managed, distributed, consumed and commercialized, changing the values that prevailed in the analog era.

It is established that specialists in this field must transform from “analog” to “digital” in order to compete with the culture and creativity available in the networks and at the same time offer digital versions of traditional audiovisual products.

The author comes to the conclusion that the formation and expansion of the potential audience of creative industries and cultural heritage is now impossible without innovative formats. And of course, digitalization plays a leading role in them, allowing us to realize the needs primarily in various types of remote cooperation and communication. It is emphasized that this evolution is contradictory: in digital

technologies, flexibility is initially programmed. EU directives declaring digitalization, however, are repeatedly agreed at all levels of government, which means that they are objectively late in meeting the needs of time and the aspirations of professionals and consumers in the cultural and creative sphere. However, this contradiction is the key to the progress of modern Creative Europe as a combination of real and virtual activities of Europeans in this area, as well as EU megaproject.

References

1. Ermolenko, G.A. & Kozhevnikov, S.B. (2018) Kommunikativnoe prostranstvo kul'tury i fenomen tsifrovizatsii [Communicative space of culture and the phenomenon of digitalization]. *Vestnik MGPU. Ser. Filosofskie nauki*. 3. pp. 9–15.
2. Levinson, P. (1999) *Digital McLuhan: A Guide to the Information Society*. London: Routledge.
3. Gere, C. (2002) *Digital Culture*. London: Reaction Books.
4. Harris, J.L. & Taylor, P.A. (2005) *Digital Matters, Theory and Culture of the Matrix*. London: Routledge.
5. Kressel, H. (2007) *Competing for the Future. How Digital Innovations are Changing the World*. Cambridge: Cambridge University Press.
6. Galkin, D.V. (2012) Digital Culture: metodologicheskie voprosy issledovaniya kul'turnoy dinamiki [Digital Culture: Methodological Issues of Studying Cultural Dynamics]. *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury – International Journal of Cultural Research*. 3(8). pp. 11–16.
7. Microsoft Corporation. (2017) *Digital Culture: Your Competitive Advantage*. [s.l.: s.n.]
8. Yaroshenko, L.A. (2013) Evropeyskie tsennosti mezhdru traditsiei i sovremennost' [European values between tradition and modernity]. In: Vodopyanova, E.V. (ed.) *Evropeyskaya kul'tura: XXI vek* [European Culture: The 21st Century]. Moscow, St. Petersburg: Nestor-Istoriya. pp. 36–59.
9. European Council. (n.d.) *Creative Europe programme 2021–2027*. [Online] Available from: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/creative-europe-2021-2027/#> (Accessed: 27th November 2020).
10. Pasikowska-Schnass, M. (n.d.) *Creative Europe programme 2021–2027*. [Online] Available from: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI\(2018\)628229](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2018)628229) (Accessed: 25th November 2020).
11. European Union. (n.d.) *The next Creative Europe MEDIA Programme*. [Online] Available from: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/next-creative-europe-media-programme> (Accessed: 1st November 2020).