



Междисциплинарные науки

УДК 37.01:004.9

С.А. Катенева

Катенева Светлана Андреевна, студентка 2 курса группы УКИ/бак-24-1 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33).

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

ВОСПИТАНИЕ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ СРЕДСТВАМИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Статья посвящена исследованию потенциала креативных индустрий как инструмента воспитания цифровой культуры. Целью работы выступает выявление и описание конкретных механизмов влияния продуктов и практик креативных индустрий на становление ключевых компонентов цифровой культуры: цифровой этики, эмпатии, медиаграмотности и осознанного сотворчества.

Ключевые слова: цифровая культура, воспитание, креативные индустрии, медиаграмотность, этика.

S.A. Kateneva

Kateneva Svetlana Andreevna, 2nd-year student of the UKI/bak-24-1 group of the Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy Str., 33).

Scientific supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Activities of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy Str., 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

EDUCATION OF DIGITAL CULTURE THROUGH CREATIVE INDUSTRIES

The article is devoted to the study of the potential of creative industries (video games, interactive media, user content platforms, etc.) as a tool for the education of digital culture. The purpose of the work is to identify and describe the specific mechanisms of the influence of the products and practices of creative industries on the formation of key components of digital culture: digital ethics, empathy, media literacy and conscious co-creation.

Key words: digital culture, education, creative industries, media literacy, ethics.

В настоящее время культура теряет свои высокие духовные и просветительные функции, развитие цифровизации и автоматизации во многом упрощает современную культуру и ее проявления: кино становится все более массовым, фильмы часто не несут никакой смысловой нагрузки, создаются только ради продаж, картины выглядят «просто», что оправдывают «особым видением» автора, культурные события и мероприятия похожи один на другое и не имеют своих особенностей, музыка уже создается посредством искусственного интеллекта, и реальные исполнители теряют свою популярность и ценность. Таких примеров «массовости» культуры сейчас достаточно много, ведь именно нынешняя цифровая трансформация общества и привела к настоящему дефициту цифровой культуры. Целью данной статьи будет исследование феномена цифровой культуры, анализ проявления цифровой культуры в креативных

индустриях и оценка влияния креативных индустрий на совершенствование цифровой культуры.

Для начала определим ключевые понятия «цифровой культуры» и «креативных индустрий». Понятие «цифровая культура» впервые возникло в 1990 году, хотя его корни уходят в 70-е годы прошлого века, когда были заложены основы функционирования цифровой среды в виде персональных компьютеров и информационных сетей. Существует различное множество определений данного понятия. Например, Т.Ф. Кузнецова считает, что «цифровая культура» – это термин современной культурологии для обозначения формирующегося этапа культуры, соответствующего цифровому обществу и направленного на развитие цифровой экономики [1]. Е.Г. Михайлова трактует термин «цифровая культура» как совокупность компетенций, характеризующих способность использования информационно-коммуникационных технологий для комфортной жизни в цифровой среде, для взаимодействия с обществом и решения цифровых задач в профессиональной деятельности [2]. Таким образом, «цифровая культура» – это совокупность приемов и методов, сформированных в информационном обществе и используемых для результативной коммуникации в цифровой среде.

Согласно Федеральному закону от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»: «креативная (творческая) индустрия – экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью» [3]. Ни один объект, относящийся к категории «креативных индустрий», не разделен с понятием «цифровой культуры», в современное время цифровая среда активно используется креативными индустриями, вследствие этого можно утверждать, что креативные индустрии как область, где существует своя цифровая культура, оказывает свое влияние на цифровую культуру.

Для того чтобы выяснить, как происходит влияние цифровой культуры на воспитание человека, обратимся к модели Д.В. Галкина, в исследовании которого влияние цифровой культуры на аудиторию рассматривается на нескольких уровнях: материальном, функциональном, символическом, ментальном и ценностном (духовном) [4]. Рассмотрим каждый уровень более подробно.

На материальном уровне субъект, который подвержен влиянию воспитания цифровой культурой, находится в процессе освоения цифровыми средствами и технологиями. Развитие элементов современных информационных средств и технологий происходит сейчас в достаточно положительном направлении, уходя в сторону «удобства» (понятный интерфейс, взаимодействие на естественном языке). И именно поэтому абсолютно любой субъект может сейчас свободно и самостоятельно овладеть всеми интересующими информационными средствами и технологиями. На функциональном уровне у субъектов возникает процесс приобретения профессиональных компетенций в процессе более тщательного освоения информационных средств и технологий. Хорошие результаты на данном этапе были показаны в период пандемии, когда образовательные организации переходили в «онлайн-форматы» и активно изучали информационные средства и технологии. Следующий уровень – символический – связан с формированием медиакомпетенций, умений использовать различные формы визуализации, компьютерной графики, видео- и аудиосообщений. Здесь вся работа строится на корректном и компетентном составлении промпт-запросов при работе с искусственным интеллектом, самостоятельное программирование прикладных технологий искусственного интеллекта на языке программирования Python и др.

На ментальном уровне происходит осознание и использование субъектом новых возможностей цифровой среды с удаленным доступом, расширение коммуникационных связей и взаимодействие пользователей в сети Интернет в решении актуальных задач. Данный уровень

характеризуется новыми возможностями открытия средств автоматизации умственного труда, методов машинного моделирования, прогнозирования рисков, умения работать с большими данными и пр. Последний, ценностный (духовный) уровень цифровой культуры в настоящее время находится в достаточно уязвимом положении, поскольку субъект здесь взаимодействует не только с ближним окружением, но и с глобальной информационной средой, которая может навязывать свои альтернативные ценности. И именно на данном уровне замечаются проблемы, связанные с навязыванием современной цифровой средой альтернативных ценностей, вследствие чего современному учителю предстоит решать задачи воспитания не только в условиях контактной среды, но и ее цифровой части. Таким образом, на различных уровнях цифровая культура так или иначе оказывает свое влияние на воспитание современного человека, а это значит и то, что такое влияние цифровой культуры может быть как негативное, так и положительное. А вот как же сформировать преимущественно положительное влияние на воспитание человека через креативные индустрии, – разберем далее.

Проанализируем возможности влияния на воспитание человека посредством креативных индустрий с точки зрения механизмов, которые протекают в различных формах креативных индустрий: механизм погружения и эмпатии, сотворчества и ответственности, деконструкции и медиаграмотности, профориентации и осознанного потребления [4]. Креативные индустрии (здесь будем рассматривать видеоигры, интерактивное кино, VR-опыты) позволяют безопасно проживать ситуации, требующие цифрового выбора. Это и есть работа механизма погружения и эмпатии, то есть создание цифровых сред, что формирует критическое мышление и этическую рефлексию. Здесь важным будет упомянуть, что последующие примеры будут рассматриваться с точки зрения правильного использования данных продуктов (значение игр будет определено с точки зрения соблюдения их возрастного рейтинга). В пример создания цифровых сред можно взять игру *This War of Mine* (Это моя война), где игрок управляет

не солдатом, а гражданским в осажденном городе, принимая морально сложные решения (поделиться ли лекарством, заниматься ли воровством). Прохождение такого рода игр и последующее их обсуждение в компании друзей помогает осознать ценность цифрового следа, приватности и последствий действий в сетевых сообществах по аналогии. Платформы, выстроенные на принципе «открытого мира», где каждый игрок самостоятельно определяет и создает локации, быт и дальнейший игровой процесс, воспитывают не пассивного потребителя, а ответственного соавтора цифрового пространства. Это служит проявлением механизма сотворчества и ответственности, то есть использования пользовательского контента и краудсорсинга (краудсорсинг – это метод организации работы, при котором в решении задачи задействовано множество людей) [5]. Хорошим примером послужит платформа, известная сейчас многим – Minecraft. Многие пользователи данной игры сделали из нее не просто платформер с выживанием, а целое поле для возможностей – они строят цифровые модели исторических городов, экосистем, рисуют картины и создают постройки, идентичные реальным. Здесь культура проявляется через соблюдение правил сервера (нетоксичное общение, ограничение в переключении форм выживания), уважение к чужому вкладу (не портить чужие постройки и не воровать дизайны), проверку и цитирование источников информации для достоверности модели. Изучение того, как создаются смыслы в играх, мемах, дизайне или саунд-продакшене, учит «читать» цифровую среду, отсюда и проявление механизмов деконструкции и медиаграмотности, где происходит анализ языков креативных индустрий [6].

К примеру, при разборе алгоритмов рекомендаций стриминговых сервисов (Spotify, YouTube) пользователи могут проследить, как их собственное поведение формирует активное «цифровое поле», то есть то пространство в сети Интернет, которое формируется вокруг предпочтений пользователя как «Рекомендации». То же самое происходит с созданием смешного мема или короткого видео (TikTok, Reels) на социально значимую

тому. В процессе обсуждаются вопросы цифрового этикета, культурных кодов, авторства и потенциального вирусного эффекта. Если научиться использовать все эти способы воздействия на внимание аудитории, то можно не просто уменьшить негативное влияние данного рода платформ на культуру людей, но и повернуть это в максимально положительные стороны и учить данным способом людей этике. Экскурсии в студии, мастер-классы от представителей креативных индустрий (гейм-дизайнеров, моушн-дизайнеров, digital-дизайнеров) показывают, что цифровая среда – это место для профессиональной реализации, требующее как командной работы, так и работы с дедлайнами и этикой [10]. В качестве примера приведем организацию хакатона по созданию образовательного приложения. Здесь в мини-группах участники проходят все этапы: от генерации идеи и прототипирования в специализированных программах до презентации готового приложения. Здесь воспитывается культура коллективной цифровой работы, использования облачных сервисов и публичного представления результата.

Однозначно то, что цифровые платформы креативных индустрий могут существенно развивать воспитание своих пользователей, предоставляя необходимые инструменты для обучения, самовыражения, сотрудничества и доступа к ресурсам. Но существует один из самых главных рисков обучения через цифровую среду: использование игр или соцсетей в обучении требует серьезной подготовки педагога, чтобы не привести к банальному развлечению [9]. Также важно учитывать цифровое неравенство: не у всех пользователей есть доступ к VR-шлемам или мощным компьютерам [10]. При этом, если использовать все доступные и подходящие методы воздействия и учесть имеющиеся риски, то становится реальным обучение воспитанию существующего социума посредством цифровой культуры.

Список источников

1. Кузнецова, Т.Ф. Цифровая культура / Т.Ф. Кузнецова // МОСГУ. – 2020. – № 4. – С. 233-237.
2. Михайлова, Е.Г. Формирование цифровой культуры в университете ИТМО / Е.Г. Михайлова // Теория и практика проектного образования. – 2020. – № 3. – С. 33-35.
3. Федеральный закон от 08.08.2024 №330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580/4f41fe599ce341751e4e34dc50a4b676674c1416/ (дата обращения: 02.04.2026).
4. Носкова, Т.Н. Цифровизация социальной среды и цифровая культура / Т.Н. Носкова // Педагогика и психология образования. – 2025. – № 4. – С. 7-9. С. 9-22.
5. Митина Д.Е., Филлипов Я.А. Роль цифровизации в развитии креативных индустрий / Д.Е. Митина, Я.А. Филлипов // Вестник РГЭУ РИНХ. – 2025. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tsifrovizatsii-v-razviti-kreativnyh-industriy> (дата обращения: 02.04.2026).
6. Гумерова, Г.И., Шаймиева, Э.Ш. Подходы к исследованию креативных индустрий для управления в цифровой экономике / Г.И. Гумерова, Э.Ш. Шаймиева // Russian Journal of Economics and Law. – 2023. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-issledovaniyu-kreativnyh-industriy-dlya-upravleniya-v-tsifrovoy-ekonomike> (дата обращения: 02.04.2026).
7. Терешкина Т.А. Роль креативных индустрий в формировании профессиональных сообществ / Т.А. Терешкина // Общество: социология, психология, педагогика. – 2024. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kreativnyh-industriy-v-formirovanii-professionalnyh-soobschestv> (дата обращения: 02.04.2026).

8. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Интеллектуальная составляющая российских креативных индустрий в период их становления / Г.И. Гумерова, Э.Ш. Шаймиева // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2022. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-sostavlyayuschaya-rossiyskih-kreativnyh-industriy-v-period-ih-stanovleniya> (дата обращения: 02.04.2026).

9. Чаадаев, В.К. Развитие цифровых компетенций в сфере креативных индустрий / В.К. Чаадаев // Культура: теория и практика. Рубрика: Информационные технологии в культуре и образовании. – 2024. – № 3(58). – URL: <https://sciup.org/144163053> (дата обращения: 02.04.2026).

10. Манузина Е.Б., Попова О.В., Швец Н.А. Креативные индустрии для воспитательных взаимодействий с обучающимися вуза / Е.Б. Манузина, О.В. Попова, Н.А. Швец // Гуманизация образования. – 2024. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-dlya-vospitatelnyh-vzaimodeystviy-s-obuchayuschimisya-vuza> (дата обращения: 02.04.2026).