Н.С.Константинова

Новые парадигмы ибероамериканской культуры в XXI веке

Статья посвящена рассмотрению новых парадигм ибероамериканской культуры в контексте виртуальной реальности, возникшей в результате трансформации традиционного общества в цифровое. Отдельное внимание уделяется проблеме цифровой идентичности в современном мире и, в частности, в иберийских и латиноамериканских странах. Автор рассматривает феномен медийной культуры и ее восприятие разными поколениями. На примере Испании, Португалии и Аргентины показаны основные особенности виртуального пространства и степень включенности жителей этих стран. Выявляются положительные и отрицательные стороны Интернета и социальных сетей. Автор дает краткий прогноз относительно будущего виртуальной реальности и интернет-культуры и их взаимодействия с традиционными формами культуры, экстраполируя сегодняшнюю ситуацию на будущее.

Ключевые слова: ибероамериканская культура, виртуальная реальность, цифровое общество, Интернет, цифровая идентичность.

DOI: 10.31857/S0044748X0009864-9

Статья поступила в редакцию 03.04.2020.

В современной ибероамериканской культуре, как и в мировой культуре в целом, появились новые парадигмы, связанные, прежде всего, с принципиально иным типом реальности — виртуальной. «Мы находимся перед лицом изменения парадигмы, новой цивилизации и радикально новой культуры» [1], — заявил испанский писатель Хуан Луис Себриан на закрытии Международного симпозиума «Будущее словарей в эпоху цифровых технологий», организованного Испанской королевской академией в Мадриде в 2014 г.

Наталья Сергеевна Константинова — кандидат исторических наук, руководитель Центра культурологических исследований ИЛА РАН (РФ, 115035 Москва, ул. Б.Ордынка, 21, natkonst@hotmail.com).

Возникновение этой парадигмы связано с ведущим трендом современной эпохи — трансформацией традиционного общества в цифровое, суть которой заключается в построении нового сетевого пространства, управляемого посредством использования информационно-коммуникационных технологий. «Рубеж XX—XXI вв., — пишет российский культуролог Кирилл Разлогов, — ознаменован «сменой парадигм» в системе самой культуры — и мировой, и отечественной, что привело к переходу от классической просветительской культуры к господству компенсаторно-развлекательных функций, носителем которых стала культура медийная, экранная, отмеченная «приамом» аудиовизуальной (звукоразительной) коммуникации» [2, с. 5].

Виртуальный мир компьютерной реальности и сети Интернет стал важнейшим фактором культуры XXI в. Этот феномен незамедлительно оказался в поле зрения ученых разных сфер научного знания. Но, пожалуй, наибольшее внимание ему уделяет современная культурология, представляющая собой пеструю мозаику теорий и концепций. И это неслучайно. Анализ современных культурных процессов невозможен без исследования культуры информационного общества. Размышления, как в России, так и в странах ибероамериканского культурного ареала, над дилеммами информационной эпохи сделали очевидным тот факт, что так называемая цифровая революция привела не только к культурному многообразию в мировом медийном пространстве, но и к кардинальным изменениям в процессах самоидентификации личности и общества.

В этой связи возникает ряд вопросов и, в первую очередь как соотносится новая реальность с проблемой идентичности? Не ставит ли эта реальность под сомнение само понятие «идентичности»? На этот счет существуют самые разные, порой взаимоисключающие, мнения. «В ситуации, когда объективная точка зрения может не признаваться, — пишет отечественный исследователь Михаил Иванов, — вопрос идентичности был поставлен крайне остро: существует ли идентичность вообще? Если индивид не может оценить свои конкретные проявления по шкале соотносительности с образцом (что, в сущности, и есть процесс идентификации), как осуществлять оценку?» [3].

В новом столетии благодаря бурному развитию информационных и коммуникационных технологий в социумах стала доминировать так называемая мультикоммуникация, в ходе которой любой индивид в большей или меньшей степени становится частью сложной коммуникативной системы при практически неограниченном числе субъектов коммуникации. «Процесс идентификации в этом случае может испытывать трудности, сравнимые с трудностями автора, создающего художественное произведение. Объемы информации увеличились, способы обработки, в соответствии с новыми требованиями, стали ориентироваться не на данные (содержательный характер), а на массив данных (формальный характер). Форма даже с этой точки зрения стала более востребованной, чем содержание. Идентичность, таким образом, приобрела формальный характер — процесс идентификации стал происходить в большей степени через способ выявления самой идентичности в условиях концепта [3].

Сторонники подобного видения, ставящего под сомнение «легитимность» самого концепта идентичности, убеждены, что в условиях цифровой реальности культурная самоидентификация подразумевает свободу как идентификационного выбора, так и путей самореализации.

Тем не менее преобладающей точкой зрения, в том числе и в ибероамериканских странах, является не только признание существования феномена идентичности, но и повышения его роли в новом историческом контексте. И прежде всего потому, что виртуальная реальность не способна ни поглотить, ни подменить «реальную реальность».

Под влиянием виртуальной реальности, превратившей планету в глобальную информационную систему, в наступившем тысячелетии сформировалось поколение, воспринимающее физическую и искусственную (виртуальную) реальность как равнозначные, а порой отдающее предпочтение реальности виртуальной. Однако есть и обратная сторона медали. В то время, как во многих технологически развитых странах возникло целое поколение молодежи, способное благодаря неустанному пользованию Интернетом при желании прожить жизнь практически, не выходя из дома (пользуясь онлайн-магазинами, кинотеатрами, форумами, социальными сетями и т.д.), одновременно существует определенная и отнюдь не малая часть социума, которая по разным причинам, прежде всего возрастным, вполне комфортно чувствует себя в рамках прежних, традиционных форм существования, включая коммуникацию. В этом плане ситуация в современной России и странах Иbero-Америки практически схожая. И на ее фоне возникает конфликт поколений, присущий всем эпохам, но в то же каждый раз принимающий новые формы, коррелирующие с данной, конкретной эпохой.

Детищем новой медийной цивилизации стал феномен медийной культуры. Сегодняшняя медиакультура в иберийских и латиноамериканских странах, как и повсюду, представляет собой обширный информационный поток, в первую очередь аудиовизуальный. Это — и цифровое телевидение, и мультимедийные системы передачи информации, и сотовая связь и, конечно же, социальные сети, которые стали своеобразным символом нашей эпохи.

Новые парадигмы в культуре потребовали разработки новых, соответствующих им исследовательских парадигм. В этот период рождается так называемая транзитная методология, используемая для исследования культуры в контексте возросшего разнообразия социокультурной реальности. «Особый акцент в понимании транзитности должен быть сделан именно на изучении современной информационно-культурной ситуации, в которой все увереннее закрепляются позиции «виртуализации культуры» как востребованного концепта культурологии»[2, с. 24].

Однако при всей видимой «агрессивности» виртуальной культуры ею, конечно же, не исчерпывается культурная жизнь XXI столетия. Традиционные формы бытования культуры, складывавшиеся веками, сосуществуют с новыми парадигмами, порой параллельно с ними, а порой и перекрещиваются. Особенно наглядно это прослеживается на примере постмодернизма, не сдающего свои позиции и в новом социокультурном контексте. «В постмодернизме сама идея нестабильности, фрагментарности, де-

конструкции и деиерархизации культуры предстает самостоятельной культурной ценностью... Неслучайно именно информационная культура сегодняшнего дня все чаще определяется в терминах «мозаичности», «фрактальности», «полифоничности», «эkleктики», «ризомности», «полистилистичности», «виртуальности», «символичности» — всего того, что содержательно противоречит поиску единства, утверждению принципов упорядоченности» [2, с. 36].

Неудивительно, что новая реальность кардинально повлияла на характер и механизмы коммуникационных процессов. По определению всемирно известного испанского социолога Мануэла Кастельса, «современное общество представляет собой общество «массовой самокоммуникации» [4]. В странах ибероамериканского культурного ареала, как и повсеместно, универсальным пространством свободной коммуникации является Интернет с его безграничными возможностями. Это — электронные библиотеки и виртуальные музеи, картинные галереи и театры, кинозалы и концертные залы наряду с другими составляющими социально-культурного поля новой парадигмы, а именно, так называемые интернет-культуры. В книге «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» М.Кастельс называет Интернет «универсальным социальным пространством свободной коммуникации», а также «ключевой технологией информационной эпохи», считая его воплощением «культуры свободы и личного творчества» [5]. И, конечно же, это — свобода, когда человек, находящийся на другом конце света, может посетить испанский музей «Эль Прадо» или, например, Музей современного искусства Сан-Паулу, многочисленные галереи Испании, Португалии и Латинской Америки, может совершить виртуальную прогулку по Рио-де-Жанейро или Буэнос-Айресу, не говоря уже о возможности ознакомиться, пусть и виртуально, с памятниками доколумбовой Америки, по-прежнему таящими в себе множество загадок.

Чтобы не быть голословными, обратимся к конкретным примерам и для начала перенесемся на Иберийский полуостров, а именно, в Испанию. Во время презентации в Национальном музее искусств королевы Софии нового портала www.españaescultura.es министр культуры Анхелес Гонсалес-Синде сказала: «Культура Испании в Сети — это своего рода виртуальная витрина, позволяющая сделать доступными для граждан внутри Испании и за ее пределами культурное достояние нашей страны» [5]. Этот портал, версии которого есть на английском, французском, каталанском, баскском и галисийском языках, предназначен для предоставления информации об испанском культурном наследии, коллекциях испанских музеев и периодически проводимых выставках с помощью виртуальных средств коммуникации. Как пояснила министр культуры, у этого сайта есть три оси: временная, тематическая и географическая. На портале есть «навигационное меню, которое предоставляет пользователю доступ ко всему контенту, включающему разные этапы истории нашего искусства, — доисторический, доримский, времена римской империи и т.д. Там представлены астурийское, вестготское, андалузское искусство, романская и сефардская культуры, стиль мудахар, готика, ренессанс, барокко, испан-

ский «золотой век», неоклассицизм. XIX век, модерн, авангард и современное искусство» [5].

Какова же в целом ситуация с цифровыми медиа в Испании на сегодняшний день? Прояснить этот вопрос помогает доскональное исследование, проведенное профессором Университета Антонио Паэса Мин Шум по всем испаноязычным странам. «Испания, — пишет она, — является одной из наиболее технологически развитых стран испаноязычного мира, постепенно ставшей колыбелью ведущих профессионалов в изучении цифрового мира и разработке различных инновационных стратегий» [6]. Исследование предваряется рассмотрением общих данных, а затем следует подробный анализ разных аспектов, связанных с использованием жителями страны различных цифровых платформ. Референтной группой были люди в возрасте от 16 до 64 лет.

По данным на начало 2020 г. в Испании проживают 46,75 млн человек, причем 80% из них живут в урбанизированных районах. При этом количество пользователей Интернета составляет 42,40 млн, т.е. 91% населения страны, в то время как общее количество пользователей социальных сетей насчитывает 29 млн. Самыми востребованными устройствами являются мобильные телефоны и смартфоны, соответственно, 95% и 94%; 85% пользователей пользуются ноутбуками или настольными компьютерами, 57% — планшетами, а 24% граждан имеют специальные устройства для просмотра контента на телевизоре через интернет-трансляцию. В числе наиболее используемых платформ фигурируют *YouTube* (89%), *Whatsapp* (86%), за которыми следуют *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Linkedin* и *Skype*.

Что касается интернет-потребителей, то число людей, совершивших покупки через Интернет в течение 2019 г., составило 34,6 млн, а рыночная стоимость покупок — 18 млрд долл., сумма, превышающая объем ВВП страны.

Обратимся к соседней Португалии. «Если есть сегодня процесс в культурной и художественной сфере, который в наибольшей степени нуждается в интерпретации, то это — цифровизация. Того же требуют радикальные изменения, которые стимулировали и переформатировали художественное творчество, художественный этос, а также сами отношения людей с произведениями искусства» [7].

В Португалии вопросы, касающиеся связи между цифровыми технологиями, культурой и искусством с условиями производства, распространения и внедрения новых информационных и коммуникационных технологий, также занимают важное место в научном дискурсе. В этом плане в качестве двух из многочисленных примеров большой интерес представляют тематические исследования о «миграции» португальского художественного наследия, например, поэта Фернанду Пессоа и художника Антониу Дакосты в цифровую среду, а также анализ инициатив по оцифровке известных португальских культурных учреждений, таких, как Национальная библиотека Португалии и Португальская синаматека.

Как заявил в марте 2020 г. министр экономики и цифровых технологий Педру Сиза Виейра, «Португалия должна воспринимать цифровую трансформацию общества и экономики как реальный стратегический вы-

зов» [8]. В Лиссабоне на презентации Плана действий по цифровому развитию, утвержденного на заседании совета министров, Сиза Виейра подчеркнул фундаментальную важность обеспечения людей и компаний необходимыми условиями для максимального использования возможностей, которые цифровой мир предоставляет сейчас и предоставит в будущем. «Масштаб нашего вызова заключается в следующем: когда мы говорим о том, чтобы рассматривать цифровой переход как стратегическую задачу для страны, когда мы пытаемся сосредоточить внимание на требуемой квалификации людей, на цифровой трансформации компаний, на управлении в интересах будущего, используя цифровые технологии, мы призываем всех принять вызов, который выведет нас на принципиально иной уровень развития... В конце этого десятилетия мы должны ощутить, что нам удалось совместными усилиями построить развитое общество, обладающее знаниями и квалификацией, которые позволят португальцам освоить инновации, повысить социальный статус, создать общество, в котором каждый получит равные возможности для реализации своих проектов, личных устремлений и профессиональных амбиций» [8].

Обращаясь к Латинской Америке и учитывая большое число стран, входящих в этот регион, ограничимся одной из самых «продвинутых» из них в сфере цифровых технологий, а именно к Аргентине, поскольку основные тренды, наметившиеся там, с большей или меньшей долей погрешности можно экстраполировать на другие латиноамериканские государства. Все приводимые далее статистические данные взяты из упомянутого ранее исследования Мин Шум, получившего высокую оценку в соответствующих научных кругах.

На начало 2020 г. население Аргентины составило 44,99 млн человек, при этом приблизительно 90% приходится на городские районы. Такая значительная численность повлияла на количество пользователей цифровыми технологиями. На данный момент в стране насчитывается 41,6 млн пользователей Интернета и более 60 млн зарегистрированных мобильных телефонов, число которых превышает количество жителей страны на 35%. В этом контексте многие цифровые технологии нацелены на дальнейшее развитие социальных сетей и диверсификацию цифровых каналов с целью расширения доступа к ним.

В числе наиболее часто используемых устройств фигурируют различные модели мобильных телефонов, имеющиеся у 89% жителей страны и смартфоны — у 73%; ноутбуки или персональные компьютеры — 48%; планшеты — 15% и телевидение в целом, включая цифровое, — у 91% населения. Эти показатели свидетельствуют о том, что предпочтение отдается устройствам, обладающим высокой емкостью, что учитывается разработчиками и менеджерами социальных сетей при создании контентов, с тем, чтобы максимально адаптировать их к потребностям пользователей.

Что касается видов сетевой активности, то следует отметить, что они распределяются следующим образом: 98% пользователей смотрят видео онлайн, 69% — потоковый контент через Интернет; 9,3% отдают предпочтение спорту и 7,9% играют в потоковые видеоигры. Самыми

посещаемыми платформами являются *YouTube* (93% пользователей социальных сетей), *Facebook* (91%), *Instagram* (68%) и *Twitter* (46%).

Аудитория социальных сетей распределяется следующим образом: *Facebook* — 32 млн активных пользователей в месяц; *Instagram* — 16 млн, *Twitter* — 4,2 млн. При этом показатели по возрастам выглядят так: от 18 до 24 лет — 23% пользователей, от 25 до 34 лет — 30% и от 35 до 44 лет — 19%. Представители этих трех возрастных категорий чаще других присутствуют в упомянутых социальных сетях.

Онлайн-покупки в 2019 г. совершили 57% населения Аргентины, что на 2% превысило показатель предыдущего года. В свою очередь общий объем продаж составил чуть более 3 трлн долл., увеличившись на 17% по сравнению с 2018 г.

В последние десятилетия в фокусе внимания исследователей иберийских и латиноамериканских стран, так же как и России, изучающих цифровизацию и интернет-культуры, все чаще оказываются не только позитивные, но и негативные аспекты этих феноменов. Вопрос оценки влияния социокультурного пространства Интернета на современного человека и общество в целом остается одним из самых актуальных и проблемных. С одной стороны, компьютер и Интернет открывают новые возможности для общения, обучения, проведения досуга. Пользование интернет-ресурсами позволяет значительно сократить физические и экономические расходы. Вместе с тем Интернет погружает человека в иную, часто иллюзорную реальность, предлагает иные формы общения, что зачастую негативно влияет на способность личности устанавливать контакты и взаимодействовать с объектами физического мира, что не может не сказываться на самоидентификации человека. Иными словами, речь идет о плюсах и минусах использования Интернета и других социальных сетей как виртуального пространства, сосуществующего с реальностью. Начнем с плюсов.

На сегодняшний день Интернет, несомненно, является самым объемным хранилищем информации и одним из наиболее востребованных средств ее трансляции. Несомненное преимущество Интернета заключается в том, что в отличие от теле- или радиовещания, он, помимо передачи информации, служит инструментом как групповой, так и индивидуальной межличностной коммуникации. При этом постоянное увеличение объемов информации стимулирует процесс оптимизации механизмов и средств ее хранения и передачи. Кроме того, в отличие от традиционных медиа, Интернет помогает активно самостоятельно выстраивать индивидуальное информационно-коммуникационное поле, что делает Сеть не просто средством хранения и передачи информации, но и универсальной платформой социально-культурной деятельности и творческой активности личности.

Немаловажно и то, что появление цифровой среды повлекло за собой появление новой, цифровой идентичности. В начале возникновения подобной идентичности исследователи выделяли две ее особенности: во-первых, такая идентичность в гораздо большей степени могла подчиняться контролю индивида и выражать его желания и, во-вторых, она могла быть множественной и текучей. Поначалу преоб-

ладал сугубо позитивный взгляд на компьютерные сети как на возможность использовать онлайн-пространство для поиска неожиданных и нестандартных способов самовыражения. Но со временем стали очевидны негативные аспекты, которых оказалось не так уж мало. Перечислим наиболее очевидные из них.

Получая уже готовую информацию, что называется, «на блюдечке с голубой каемочкой», пользователи Интернетом перестали подвергать ее серьезному осмыслению и анализу, что породило феномен, известный сегодня как «клиповость» сознания. Обилие источников информации, огромное количество навязчивой рекламы, множество разнообразных, часто неаргументированных точек зрения, не могли не повлиять на восприятие и мышление пользователей. В итоге реальная социализация порой стала уступать место виртуальной, ведущей к самоизоляции и, как следствие, к социальной пассивности, которая в наибольшей степени затронула молодежную аудиторию. Неслучайно многие современные исследователи акцентируют внимание на необходимости «экологии культуры» в пространстве соцсетей и активной социокультурной регуляции системы коммуникации в современном мире.

Очевидно, что процесс виртуализации культуры оказывает значительное влияние не только на мышление человека, но и на его образ жизни, поскольку Интернет для многих — это не просто способ обмена информацией, но и своего рода некий симулякр жизнедеятельности, предлагающий суррогатные решения для удовлетворения практически любых потребностей человека в самых разных сферах его существования.

Со временем был развенчан и чрезвычайно популярный в последние годы XX в. миф об Интернете как о пространстве анонимности. Чисто технически анонимность в Сети с самого начала была весьма сомнительной, а впоследствии она стала стремительно исчезать, практически с началом в 2000-х годов — нового этапа в развитии Интернета. Так, *Facebook*, *Microsoft*, *Google* и другие технологические гиганты затратили немало усилий, побуждая, а на деле вынуждая пользователей использовать онлайн свои реальные имена.

Мы не стремились перечислить все позитивные и негативные стороны виртуальной парадигмы культуры и жизни человека в современном мире, да и вряд ли это возможно в эпоху, метко названную известным социологом Зигмунтом Бауманом «текучей современностью» [9], при которой ситуация меняется стремительно. Пожалуй, самый красноречивый на сегодняшний день пример — это неожиданно охватившая весь мир пандемия коронавируса. И тут, надо признать, что именно виртуальная реальность как неиссякаемый источник информации и коммуникации позволила решать многие проблемы, возникшие в условиях мирового кризиса такого масштаба.

В научном дискурсе относительно недавно появился еще один новый термин — цифровая включенность, означающий максимальное расширение доступа к информационным технологиям с целью сделать их доступными для каждого. И тут следует учитывать одно обстоятельство: «включенный в цифровую сферу человек — это не тот, кто использует новый язык цифрового мира для обмена электронными письмами, а тот, кто поль-

зуются этой сферой для улучшения своей жизни, для решения жилищных проблем, поиска новых рабочих мест, обучения других и т.д., и таким образом может принести больше пользы себе и другим» [10].

Общеизвестно, что прогнозировать будущее — весьма проблематично. Тем не менее попытаемся сделать предположения, которые представляются наиболее вероятными. Ситуация в странах Иbero-Америки, как и в подавляющем большинстве государств современного мира, позволяет предвидеть, что процессы цифровизации и увеличения инклюзивности будут продолжать интенсивно развиваться. При этом не менее очевидно и то, что виртуальная реальность никогда не сможет вытеснить или подменить собой физическую реальность, поскольку складывавшаяся на протяжении всей истории человечества материальная и нематериальная культура продолжает обогащаться благодаря появлению множества талантливых произведений во всех без исключения сферах культуры и искусства. И в этом смысле ибероамериканская культура — ярчайшее тому подтверждение. Тем не менее, чтобы сохранить разумный баланс между двумя видами реальности, физической и виртуальной, необходимо предпринимать определенные усилия, главное из которых — наладить диалог, точнее, полилог между этими реальностями, поскольку именно такая парадигма является наиболее эффективной для сохранения культурного разнообразия и адекватной самоидентификации личности и общества эпохи компьютерных технологий.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. España es cultura en la web con un escaparate virtual. Available at: <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-espana-cultura-web-escaparate-virtual-20110630160605.html> (accessed 21/03.2020).
2. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования. Екатеринбург. 2019, 294 с. [Informatsionnaya epokha: novye paradigmy kul'tury i obrazovaniya [Information age: new paradigms of culture and education]. Ekaterinburg, 2019, 294 p .
3. Иванов М. Можно ли говорить об идентичности в XXI веке? [Ivanov M. Mozhno li govorit' ob identichnosti v XXI veke? [Can we talk about identity in the twenty-first century?]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mozhno-li-govorit-ob-identichnosti-v-xxi-veke> (accessed 31.03.2020).
4. Castells M. Communication Power. Oxford, 2009, 590 p.
5. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе». [Castells M. Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society]. Available at: <https://www.españaescultura.es> (accessed 03.04.20).
6. Available at: <https://yiminshum.com/digital-social-media-españa-2019> (accessed 05.04.2020).
7. García J.L. Cultura e digital em Portugal. Lisboa, 2017, p. 123. Available at: <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/noticia?i=portugal-tem-de-encarar-transformacao-digital-como-verdadeiro-desafio-estrategico> (accessed 09.04 .2020).
8. Portugal tem de encarar «transformação digital como verdadeiro desafio estratégico». Available at: <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/noticia?i=portugal-tem-de-encarar-transformacao-digital-como-verdadeiro-desafio-estrategico> (accessed 12.04 .2020).
9. Бауман З. Текучая современность. СПб., 2008, 240 с. [Bauman Z. Tekuchaya sovremenost [Liquid Modernity]. Saint Petersburg, 2008, 240 p. (In Russ.)

Наталья Константинова

10. Diniz J. A inclusão digital no Brasil ainda é um desafio. Available at: <http://www.unama.br/noticias/inclusao-digital-no-brasil-ainda-e-um-desafio> (accessed 16.04.2020).

Natalia S.Konstantinova (natkonst@hotmail.com)
Cand. Sci (History), Head of the Center for cultural studies of ILA of RAS

B.Ordynka Str., 115035 Moscow, Russian Federation

New paradigms of Ibero-American culture in the XXI century

Abstract. The article is devoted to the consideration of new paradigms of Ibero-American culture in the context of virtual reality that arose as a result of the transformation of traditional society into digital. Special attention is paid to the problem of digital identity in the modern world and, in particular, in Iberian and Latin American countries. The author examines the phenomenon of *media culture* and its perception by different generations. The examples of Spain, Portugal and Argentina show the main features and the degree of inclusion in the virtual space of the inhabitants of these countries. The positive and negative aspects of the Internet and other social networks are revealed. At the end of the article, the author gives a brief forecast regarding the future of virtual reality and Internet culture and their interaction with traditional forms of culture, extrapolating the current situation for the future.

Key words: Ibero-American culture, virtual reality, digital society, Internet, digital identity.

DOI: 10.31857/S0044748X0009864-9

Received 03.04.2020.