

*Иером. Димитрий (Самойлов)**

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННЫХ МАССМЕДИА: АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В статье проводится антропологический анализ субъекта коммуникативного пространства информационного общества, активно участвующего в формировании и распространении актуальных для современных массмедиа аксиологических установок. Сопоставление информационного общества и античного полиса как моделей жизненного мира, в которых взаимосвязано коллективное и общественное, приводит нас к пониманию того, что современные медиа превращаются в подлинную среду обитания субъекта информационного общества. Этот субъект инфантилен, он живет в постоянно изменяющемся потоке информации и вынужден проявлять гибкость и податливость для того, чтобы оставаться в информационном тренде, не выпадая из коммуникативного процесса. Таким образом, главными признаками этой коммуникативной среды являются нестабильность и релятивность, что обусловливается отсутствием трансцендентального этического принципа и атомизированным характером пространства всемирной паутины. Все это позволяет ожидать конкуренцию ценностных ориентиров в коммуникативном пространстве глобальной сети.

Ключевые слова: философская антропология, информационное общество, массмедиа, субъект, коммуникативная среда, аксиология, глобальная сеть, атомизация.

Hieromonk Dimitry (Samoilov)

THE FEATURES OF THE FORMATION OF THE AXIOLOGICAL SPACE IN MODERN MASS MEDIA: AN ANTHROPOLOGICAL ANALYSIS

The article provides an anthropological analysis of the subject of communicative space in the information society, which actively participates in the formation and dissemination of axiological attitudes, that are relevant to modern mass media. The comparison of the information society and the ancient polis as models of the life world, in which the general

* Иеромонах Димитрий (Самойлов Дмитрий Евгеньевич), насельник Свято-Троицкой Александро-Невской Лавры, аспирант кафедры теологии, Русская христианская гуманитарная академия; samoyloff.dmitr@yandex.ru

and the public are interconnected, leads us to the fact that modern media are turning into a real life world of the information society. This subject is infantile, he constantly shows a changing flow of information and is forced to show flexibility and pliability in order to stay in the information trend, without falling out of the communicative process. Thus, the main features of this communicative environment are instability and relativity, which is due to the absence of a transcendental principle and the atomized nature of the world wide web space. All this allows us to expect the attractiveness of value benchmarks in the communicative space of the global network.

Keywords: information society, mass media, subject, communicative environment, axiology, global network, atomization.

ВВЕДЕНИЕ

Аксиологические вызовы в современном постиндустриальном информационном обществе являются насущной теоретической проблемой. С одной стороны, мы обнаруживаем себя в глобальном мире, а значит, и ценностные ориентиры для всех членов единого мирного сообщества должны быть едиными. С другой стороны, единство аксиологической системы в условиях информационного общества предполагает включение в эту систему самых разнородных ценностей. Некоторые из них могут способствовать поддержанию и воспроизводству образа человека, сложившегося в рамках определенной традиции (например, национальной или религиозной), а другие — быть этому образу враждебными. Если мы понимаем, что сами эти сложившиеся традиционные образы человека несут на себе отпечаток безусловной ценности, мы не можем игнорировать то, что элементы аксиологической системы современного общества вступают друг с другом в противоречие.

Несомненно, что средства массовой информации, массмедиа играют существенную роль в распространении и организации ценностных установок современного общества. И для того имеются вполне конкретные основания. Так, уже в начале XX в. К. Ясперс обращает внимание на такую специфическую особенность современного человека, как его функциональная многогранность, востребованность в обществе в качестве носителя набора соответствующих социальных ролей. Эта многоаспектность человека становится важным залогом его преимущественно коллективного самосознания: «Он мыслит свое бытие только как “Мы”» [22, с. 52]. Многое из высказанного К. Ясперсом актуально до сих пор, и современные массмедиа только подтверждают этот тезис. Медиа одновременно и создают коммуникативное пространство, и представляют собой ту среду, в которой артикулируются аксиологические доминанты. Нет сомнений в том, что именно средства массовой информации вкупе с различными социальными сетями, форумми, мессенджерами и прочими коммуникативными площадками являются сегодня главными инструментами по созданию, распространению и прививанию ценностей. И если технический аспект действия различных медиа на формирование коммуникативной среды и создание аксиологического контента достаточно хорошо изучен [3; 19; 21], то антропологический аспект такого воздействия нуждается в прояснении.

Кто является реципиентом современных медиа? Разумеется, на этот вопрос можно ответить в математизированных социометрических терминах, продемонстрировав разнообразие и многоаспектность коммуникативного пространства современных медиа. Однако нам интересно выяснить, каковы черты этого реципиента, позволяющие ему усваивать и поддерживать порой самые противоположные ценностные ориентиры. В нашей статье мы предложим антропологический анализ субъекта коммуникативного цифрового пространства, который активно участвует в формировании и распространении актуальных для современных медиа ценностных установок. Мы предлагаем применить следующий эвристический прием: отталкиваясь от примера античного полиса как модели жизненного мира, в котором тесно взаимосвязано коллективное и общественное, проанализировать функции участника информационного общества, который воспринимает себя вовлеченным в коллективный процесс глобальной коммуникации.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА КАК ПОЛИСНАЯ СИСТЕМА

Всепроникающая природа современных информационных и телекоммуникационных технологий позволяют формировать устойчивые сетевые сообщества по всему земному шару, что в свою очередь демонстрирует принципиальное изменение отношения к этим технологиям. Очевидно, что для поколений, появившихся на свет с 1980-х гг., интернет является ничем не заменимой, уникальной средой обитания, в которой они не только получают информацию и обмениваются ею, но и создают оригинальные социальные структуры, которые поддерживаются ими сформированными сетевыми образцами. Это хорошо видно на примере СМИ: прежде (до 1990-х гг.) задачей средств массовой информации было лишь информировать читателей о том, что власти — политические силы или владельцы данного СМИ — считали нужным и правильным. В этом смысле СМИ играли роль инструмента, которым можно оказывать влияние на формирование общественного мнения. Однако такая стратегия была относительно успешна до тех пор, пока общество не стало настолько фрагментарно, раздроблено, атомизировано, как мы видим это сегодня.

В том, что интернет-среда является не заместителем, а подлинным жизненным миром современного человека, сомневаться не приходится. Фактическая атомизация общества в режиме реального успешно восполняется единством, которое достигается во вновь созданных сетевых группах в режиме виртуального. Это означает, что медиа в большей степени становятся объединяющим и одновременно размежевывающим фактором, который позволяет устанавливать отношения участников сети на уровне «свой — чужой». Иными словами, современные медиа играют роль созидательного по отношению к социальным группам фактора, поддерживающего существование жизненного пространства субъекта информационного общества. Несомненно, что индивидуальная личность оказывается в большой степени подвержена влиянию различных технологических воздействий, иначе говоря, человек ощущает на себе господство

различных технологических форматов, а в перспективе — переформатируется в нечто сверх- или, во всяком случае, метачеловеческое.

Каковы же характеристики информационного общества как жизненного мира современного человека? Для ответа на этот вопрос мы обратимся к известному месту в «Политике» Аристотеля:

Итак, очевидно, государство существует по природе и по природе предшествует каждому человеку; поскольку последний, оказавшись в изолированном состоянии, не является существом самодовлеющим, то его отношение к государству такое же, как отношение любой части к своему целому. А тот, кто не способен вступить в общение или, считая себя существом самодовлеющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством (1253а 25–30) [2, с. 379].

Здесь для нас важно, во-первых, то, что Аристотель мыслит под государством; во-вторых, то, что человек не может полноценно существовать, будучи изолированным; и, в-третьих, то, что человек занимает срединное место между богом и зверем. Рассмотрим эти положения последовательно, применяя их к современному информационному обществу.

Государство для Аристотеля — это полис, т. е. община, которая вовсе не мыслилась как город, огороженное стенами пространство. Полис — это особого типа сообщество граждан. В этом отношении неважно, как это сообщество выглядит в действительности. Важно, что человек ощущает себя равноправным с другими (принцип «изономии») и лично ответственным за сохранность и жизнедеятельность своего сообщества. Иначе говоря, в полисе каждый ощущает себя неотъемлемой частью общественного организма, как мы сказали бы, применяя более понятную нам метафору эпохи модерна. Аристотель много раз обращает внимание на то, что такой полисный способ существования присущ человеку по природе, т. е. для человека неестественно не быть членом сообщества.

Попытаемся перенести этот тезис на современное информационное общество — очевидно, что естественность (которая и в отношении Аристотелева тезиса требует сегодня тщательного комментария) существования современного человека в виртуальном пространстве глобальной сети, кажется, не подвергается сомнению. Так или иначе в настоящее время все, что происходит в рамках глобального сообщества, отражается на жизни каждого человека на планете. При этом невозможно помыслить себя частью мира, не будучи вовлеченным с ним в коммуникативную связь, не будучи представленным в глобальной сети. Исследователи отмечают, что в виртуальной сетевой реальности коммуникационные связи оказываются даже более устойчивыми и эффективными, чем в это происходит при личном общении людей или крупных бизнес-игроков. Это касается как бизнес-корпораций, различных рыночных структур или международных организаций, так и отдельных людей: они тоже оказывается вовлечены в систему глобальной репрезентации и объединяются в различные сообщества в зависимости от своих интересов. Например, PR через интернет реализуется посредством того, что участники стремятся установить доверительные отношений друг с другом, а технологичная инфраструктура информационного общества позволяет им обеспечить своевременное и полное

информирование, а также успешно поддерживать и управлять коммуникацией между организацией и общественностью [15, с. 85–96]. Будучи объединенными вокруг, например, определенного СМИ или развлекательного ресурса (скажем, Netflix) или информативно-образовательного (как, например, Википедия), люди склонны составлять самые разные группы, создавать разнообразие сообщества с собственными правилами этикета и даже культурой [11, с. 71–72]. Более того, для различных интернет-сообществ и даже для различных коммуникативных пространств характерно появление и поддержание участниками своеобразного языка — этот феномен сейчас активно привлекает внимание исследователей [5; 12; 13].

Из такого понимания полиса, которое было свойственно античной культуре, логически вытекало, что именно полисная община является естественной средой обитания человека как политического, следовательно, — полисного животного. Этот аристотелевский афоризм («Человек — это политическое животное»), по сути, проливает свет на главную характеристику человека, отличающую его и от зверя, и от растения: человек обладает разумной душой, а это означает, что ему свойственно реализовывать определенный, неживотный образ жизни ($\beta\acute{\iota}\omicron\varsigma$, а не $\zeta\omega\eta$). Этот образ жизни может быть двояким: практическим, или действенным, и теоретическим, или созерцательным. Второй предпочтительнее, поскольку он позволяет усмотреть причины вещей, т. е. приблизиться к истинному знанию, — в то время как в практической жизни человек реализуется именно как политическое, общественное существо. Если развить эту идею Аристотеля, то можно сказать: следствием разумности человеческой души является задача по созданию коллективного организма, который бы функционировал на пользу всем своим членам, а это и есть тот самый полис. Поэтому когда мы, например, вспоминаем о трагической гибели Сократа, нам следует иметь в виду, что он, осознавая себя членом полиса, не мог просто так позволить попустительски отнестись к вынесенному против него приговору членами родного ему сообщества. Он сам расценивал свою смерть как в том числе и достаточное свидетельство своей любви к горожанам, как свой гражданский долг.

Итак, для греков полис был в соответствии с формулировкой Фукидида не стенами города или кораблями, а самими людьми. Ю. В. Андреев в связи с этим замечает: «В принципе грек классической эпохи мог представить себе полис, даже и не связанный с каким-то одним определенным местом, с территорией города и его ближайших окрестностей, а, так сказать, свободно перемещающийся в пространстве» [1, с. 54–55]. Пожалуй, не будет слишком большой натяжкой назвать способ организации полиса сетевым, чему также способствуют отношения колоний и городов-«метрополий», откуда колонисты отплывали в поисках неизведанных и необжитых земель. Эта сетевая структура позволила создать подлинную космополитическую культуру греческих городов-государств, создавших экономическое пространство и связав различные отдаленные уголки Эллады воедино за счет смыслообразующего единства ценностей.

Точно такое же сетевое устройство мы находим и в сегодняшнем информационном обществе, когда каждый отдельный его участник или группа

участников — сознательные «колонисты» прежде неизведанных ими просторов в океане интернет-контента. Преимущество сетевой организации — в ее гибкости и мобильности, однако здесь же таится и ее слабость, а именно непрочность устанавливаемых связей. Подобно тому, как полисы Пелопонесского полуострова умело заключали друг с другом союзы против наступавшего персидского войска, а потом столь же умело ссорились между собой, привлекая на свою сторону ресурсы из дружественных им колоний, так же и современные игроки в информационном пространстве проявляют силу и готовность к установлению связей, которые не могут оставаться прочными на долгое время в силу динамизма внутренней организации сети. Иными словами, информационное общество слишком лабильно, чтобы выработать единое и разделяемое большинством игроков аксиологическое поле, а потому никакие связи в нем в перспективе не могут быть устойчивыми или даже предсказуемыми. Из этого следует, что они подвластны внешнему влиянию.

И в этом пункте мы подходим к третьему аспекту, обозначенному Аристотелем, а именно о срединном положении человека относительно животных и богов. Человек с его точки зрения оказывается как бы «золотой серединой» между природным миром и миром жителей горных вершин. Это означает, что в самой природе человека сосредоточено то, что свойственно и животным, и богам. Безусловно, он имеет в виду разум человека, который позволяет ему осуществлять характерным для него способом порядок мира. Замечательно, что и боги, и животные занимаются удержанием космоса — причем каждый с помощью своих способностей [16, с. 29–30]. Однако известно, что все существа в мире образуют лестницу в соответствии с той степенью совершенства, который каждый из них обладает. И здесь для нас интерес представляет промежуточная ступень между человеком и зверем. Как указывает комментатор, согласно учению Стагирита, «дети и животные — это сумма питательного, возрастательного, влекущегося и стремящегося начал <...> их жизнь — это “жизнь с точки зрения чувства”» [2, с. 697, прим. 38]. Дети, которые еще только нуждаются в образовании и воспитании, еще не стали полноправными гражданами полиса, т. е. не осознали ценность общины и жизненно важный смысл совместного существования, не могут быть признаны вполне людьми. Научить их быть людьми должно общество, которое через систему воспитания прививало детям ценности, характерные для конкретного полиса. В Йегер, исследовавший систему воспитания в античности, в связи с этим связывал политический модус существования человека с образом жизни животного как его противоположностью:

Характер общества накладывает на его членов свой отпечаток, и для человека, ζῶν πολιτικόν, это всегда источник его образа действий, причем в той мере, какая недоступна животным. Нигде определяющее влияние общества на его членов не осуществляется полнее, чем в стремлении сознательно формировать путем воспитания дух новых, постоянно совершенствующихся индивидуумов. <...> Потому воспитание — непосредственное проявление живого осознания нормы в человеческом обществе, касается ли это семьи, профессии, сословия или же более широких объединений, таких как племя или государство [8, с. 12].

Таким образом, дети — это животные, теряющие свою близость к природному миру и входящие в мир культурный, созданных их воспитателями.

В информационном обществе дела обстоят сходным образом, но срединное положение детей переосмысливается. Ребенок становится ближе к богам, нежели к животным. Причем, если мы учитываем аристотелевское понимание богов не как творцов (или Творца) мира, а как «совершенных людей», как и все прочие в мире занимающих присущее им по природе место, то ребенок становится здесь идеальным участником сети. Он податлив, эмоционально неустойчив, в то же время гибок и способен к быстрому обучению. Стихия технологического для него оказывается родной: он играет виртуальным миром, как Эон Гераклита, «дитя на троне», — Вселенной. И действительно, в современном мире эта инфантильность, а также гибкость и обучаемость чрезвычайно важна, ведь эти качества субъектов сети, будучи востребованными, позволяют постоянно изменяющемуся постиндустриальному обществу предлагать или даже навязывать новый аксиологический контент.

МАССМЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ АКТУАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Предложенный нами эвристический прием сопоставления полиса и постиндустриального общества в его информационной ипостаси вполне оправдан теми принципами, на которых основаны современные социальные структуры. Заметим, что обращение исследователей современного мира к опыту античности является не является чем-то из ряда вон выходящим. В качестве примера приведем недавнее исследование того, как принципы демократии, реализуемые в классическом полисе (прежде всего, равенство всех граждан перед законом — исономия и возможность свободы высказывания — исогория), переосмысливаются в актуальной политической практике стран Европейского союза [23]. Из этого можно сделать вывод о том, что плодотворность подобной эвристики демонстрирует фундаментальный характер тех ценностных ориентиров, которые по-прежнему воспроизводятся в том числе и в современном информационном обществе.

Исследователи обращают внимание на вовлеченность современной России в общемировые процессы формирования актуальной аксиологической повестки: «Сегодня современное человечество имеет новое мышление, философы призывают к единым общечеловеческим ценностям. Проблема их изучения с позиции философии — не временное увлечение, а жизненная необходимость, продиктованная включением нашей страны в общемировую систему ценностей» [7, с. 10]. При этом следует помнить, что любого участника глобальной сети, все равно, индивидуального или коллективного, до тех пор можно будет однозначно идентифицировать, пока ценностная парадигма, способствовавшая формированию образа этого участника, будет сохраняться и воспроизводиться.

Вместе с тем одной из характерных особенностей постиндустриального общества является его нестабильность. Эту ее специфику описывали уже ведущие исследователи XX в. Анализируя систему информационного общества,

классик социологии Д. Белл утверждал: «В организации производства и труда система требует от своих членов расчетливого поведения, трудолюбия и самодисциплины, стремления к карьере и успеху. В сфере же потребления она создает культ сегодняшнего момента, возвышает мотовство показуху и поиск игровых ситуаций. Но в обоих этих сферах система совершенно нестабильна, поскольку в обществе уничтожены всех признаки трансцендентальной этики» [4, с. 648]. М. Элиаде отмечал ритуальный характер многих публичных мероприятий, подкрепленный «мифологическим поведением», который поддерживается СМИ и различными периодическими изданиями [20, с. 182–184]. Закономерно, что именно массмедиа оказываются тем инструментом, который позволяет формировать субъект такого нестабильного общества, где отсутствует привязка к вневременным, т. е. фундаментальным нравственным положениям. Как отмечает А. А. Ворожбитова, «необходимость взаимосвязанного изучения проблем ЛР (т. е. лингвориторической. — Д. С.) организации и функционирования политического, массмедиа- и психолого-прагматического типов дискурса обусловлена их объективной ролью в качестве аксиологических детерминант построения актуальной на данный момент исторического развития общества ЛР картины мира. Последняя выступает в качестве дискурс-универсума, в рамках которого осуществляется жизнедеятельность коллективной языковой личности этноса, совокупной языковой личности этносоциума рассматриваемого исторического периода развития государства и общества» [6, с. 180]. Язык, на котором говорит информационное общество, можно представить как систему мифологических структур, опознаваемых членами этого сообщества в качестве смыслопорождающих моделей.

Как же функционируют эти структуры? Л. В. Ефимова предлагает трехчастную модель формирования общественно-значимых ценностей средствами массмедиа. Первым этапом является достижение консенсуса общественного мнения по отношению к вновь создающейся ценности; для этого отдельные факты социальной жизни тщательно фиксируются, а затем публично демонстрируются. Вторым этапом оказывается «прощупывание почвы» для внедрения сконструированной ценности или идеала путем распространения информации о нем в системе сложившихся общественных предпочтений. На финальном этапе сконструированная ценность внедряется в общественное сознание посредством пропаганды [7, с. 12–13]. Таким образом, медиа оказывают влияние на участников коммуникационного пространства на двух уровнях: во-первых, предлагая им коммуникативные инструменты для эффективного общения, во-вторых, формируя ценностные модели на основе сконструированного ими же дискурса. Ясно при этом, что описанное Д. Беллом отсутствие трансцендентальной этики, позволяет постоянно менять эти дискурсы, создавая для динамично изменяющегося информационного общества все новые и новые ценностные ориентиры.

Теперь обратимся к нашему примеру с полисом. Гибкое и стремительно меняющееся общество требует столь же податливого субъекта, воспринимающего всякую новую свою функцию как элемент игровой практики. Инфантильность оказывается одной из наиболее заметных черт современного коммуникативного пространства, которое сформировалось в глобальной сети [10; 14]. А в этом

отношении ценностные ориентиры будут также восприниматься не в качестве некоей безусловной системы нравственных координат, а как еще одна переменная в пространстве глобальной коммуникации.

Об этом предупреждал теоретик игровой природы культуры Й. Хейзинга: «Платон высказал мысль, глубина которой выходит за пределы нашей понятийной системы: люди суть игрушки богов. Сейчас можно сказать, что люди превращают в игрушку весь свет» [18, с. 328]. Именно к этому тезису пришли и мы; однако речь здесь не о том, что человеку комфортно быть и оставаться, по выражению Э. Фромма, «вечным сосунком» [17, с. 196]. Мы видим, что человек выступает в качестве ребенка как в одной из присущих ему разнообразных функций. При этом существует достаточное число факторов или участников коммуникативной сети, которые извне освобождают этого «ребенка» от ответственности за принятия тех или иных решений. То, на что была настроена традиционная образовательная система — воспроизведение носителя незыблемых ценностных установок, — в рамках информационного общества как родной для инфантильного субъекта среды изменяется в связи с объективными динамическими изменениями присущего ему коммуникативного пространства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные массмедиа превращаются в подлинную среду обитания современного человека-субъекта информационного общества, не ограничиваются более лишь инструментальной функцией. Распространяющиеся с их помощью коммуникативные модели оказывают непосредственное воздействие на образ современного участника глобальной сети. Этот участник, живущий в постоянно изменяющемся потоке информации, вынужден проявлять гибкость и податливость для того, чтобы оставаться в информационном тренде, не выпадая из процесса.

Нестабильность и релятивность — главные признаки коммуникативной среды субъекта современного информационного общества. При этом очевидно, что эти признаки взаимно обусловлены. Нестабильность предполагает, что не существует никакого абсолютного (или трансцендентального, как называет его Д. Белл) нравственного принципа, а это, в свою очередь, означает, что каждый раз на его месте будет торжествовать принцип относительный. Эта относительность прежде всего связана с динамическими изменениями, которые происходят в контенте современного медийного пространства. Кроме того, коммуникативная среда, в которой возникают и усваиваются ценностные ориентиры, сегодня принципиально транспарентна. Это означает, чтоб любой участник глобальной сети может предложить или поддержать вновь возникшую тенденцию, понимая ее как очевидную, хотя и сиюминутную ценность. Этому способствует отсутствие всякой регулирующей инстанции, какой мог бы стать источник этических правил и норм. Примерами таких источников являются религиозные или национальные традиции, которые, однако, не оказываются востребованными в атомизированном пространстве всемирной паутины.

Мы подходим в связи с этим к основному выводу нашей статьи. Можно, конечно, спорить, какой является ситуация, в которой ценностные ориентиры относительны и не выполняют функцию основания для общественных отношений. Однако мы ограничимся тем, что укажем на важнейшее следствие из инфантильности, т. е. несамостоятельности участника глобальной сети. Если всякий участник может нежестко (хотя бы потенциально) предлагать аксиологическую повестку, то, безусловно, найдутся такие игроки, которые начнут ее всеми силами навязывать. Это вовсе не является отличительной чертой информационного общества — о необходимости стороннего, внешнего руководителя для несовершеннолетнего писал еще И. Кант [9]. Однако в рамках информационного общества имеется важное обстоятельство. Поскольку быть в нем означает быть представленным, т. е. адекватным образом репрезентировать себя в медийной среде, носители или сторонники традиционных ценностей также могут проявлять активность в формировании аксиологической повестки. Следовательно, мы можем ожидать своеобразную конкуренцию ценностных ориентиров в коммуникативном пространстве глобальной сети.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев Ю. В. Цена свободы и гармонии. Несколько штрихов к портрету греческой цивилизации. — СПб.: Издательство «Алетейя», 1998.
2. Аристотель. Сочинения в четырех томах. — Т. 4 / Общ. ред. А. И. Доватура. — М.: «Мысль», 1983.
3. Бадалянец О. В. Трансформации в обществе и образовании: противоречия и тенденции // *Философия и общество*. — 2020. — № 2 (95). — С. 81–96.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. — М.: Academia, 2004.
5. Бузова О. В. Этикет в виртуальном пространстве сети интернет // *В мире научных открытий*. — 2014. — № 5–2 (53). — С. 843–849.
6. Воровбитова А. А. Политический, массмедиа и психолого-прагматический типы дискурса: лингвориторическая динамика дискурсивных процессов-детерминант российского социокультурно-образовательного пространства XX–XXI вв. // *Известия Сочинского государственного университета*. — 2012. — № 3 (21). — С. 177–181.
7. Ефимова Л. В. Аксиологические проблемы СМИ // *Сервис plus*. — 2014. — Т. 8. — № 2. — С. 10–16.
8. Йегер В. Пайдейя. Воспитание античного грека: В 2 т. — Т. 1 / Пер. с нем. А. И. Любжина. — М.: Греко-латинский кабинет Ю. А. Шичалина, 2001.
9. Кант И. Ответ на вопрос: Что такое просвещение? // Кант И. Сочинения в шести томах. — Т. 6. — М.: «Мысль», 1966. — С. 25–36.
10. Кашина О. П. Негативные тенденции в социализации современных подростков и молодежи // *Социально-экономические процессы современного общества*. БОУ ВО «Чувашский государственный институт культуры и искусств» Минкультуры Чувашии. — Чебоксары, 2021. — С. 181–184.
11. Коптева В. К. Воздействие интернет-сообщества на формирование личности // *Коммуникология: электронный научный журнал*. — 2017. — Т. 2. — № 3. — С. 67–74.

12. Крылова М. Н. Язык современного интернет-общения (на материале интеллектуального контента социально сети «ВКонтакте») // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2019. — № 1. — С. 128–137.

13. Минчук И. И. Фатическое общение в Viber-сообществе информационного ресурса: этикетные, игровые, метатекстовые жанры // Медиалингвистика. — 2019. — Т. 6. — № 3. — С. 341–353.

14. Моисеева Н. А. Прикладная философия и современные проблемы общества // Право и практика. — 2016. — № 4. — С. 151–156.

15. Скворцова Н. А., Дудина К. Ю. Интернет как среда и инструмент реализации PR // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. — 2014. — № 3. — С. 85–96.

16. Тимофеева О. История животных. — М.: Новое литературное обозрение, 2017. — 208 с.

17. Фромм Э. Психологические проблемы старения // Фромм Э. О неповиновении и другие эссе. — М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2012. — С. 194–218.

18. Хейзинга Й. В тени завтрашнего дня // Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. — М.: Издательская группа «Прогресс», 1992. — С. 241–366.

19. Чапля Т. В. Аксиология информационного взаимодействия: теоретико-методологический анализ. — Новосибирск: Новосибирский государственный педагогический университет, 2006.

20. Элиаде М. Аспекты мифа / Пер. с фр. В. П. Большакова. — М.: Академический проект, 2010.

21. Яковлева И. В., Косенко Т. С. Эволюция и современное состояние проблемы взаимодействия образования и социокультурных ценностей // Профессиональное образование в современном мире. — 2018. — Т. 8. — № 2. — С. 1796–1805.

22. Ясперс К. Духовная ситуация времени / Пер. с нем. М. И. Левиной. — М.: АСТ, 2013.

23. Koljević Griffith B. N. Rethinking democracy in twenty-first century Europe: The role of ancient democracy // Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies. — 2020. — Vol. 36. — Iss. 4. — P. 700–708.