

# Медиакультура и человек в киберпространстве: роль цифровых технологий в процессе трансформации личности и культуры

## Media Culture and a Man in Cyberspace: The Role of Digital Technologies in the Process of Transformation of Personality and Culture

DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-2-78-88

Получено: 25 апреля 2022 г. / Одобрено: 15 мая 2022 г. / Опубликовано: 25 июня 2022 г.



Е.В. Бурда

Аспирант,  
Государственный университет управления  
(Институт управления персоналом,  
социальных и бизнес-коммуникаций,  
кафедра философии),  
e-mail: ElenaVBurda@yandex.ru



Солги Тахерех

Аспирант,  
Государственный университет управления  
(Институт управления персоналом,  
социальных и бизнес-коммуникаций,  
кафедра философии),  
г. Тегеран, Иран,  
e-mail: thsolgi@gmail.com

### Аннотация

В статье рассматривается, какое влияние на человека и медиакультуру оказал переход в цифровое пространство.

Во введении дается краткая характеристика современного мира в эпоху глобализма и цифровой трансформации. Целью работы является анализ медиакультуры и киберпространства, прослеживание коммуникативного аспекта влияния виртуальной реальности на личность. Для этого проведен анализ научных работ по данной проблематике, а также исследуются тенденции на основе происходящих в обществе процессов. Освещаются вопросы «цифрового разрыва» между странами, «культура отмены», проблема фальсификации информации в Интернете, в том числе в СМИ.

Авторы предлагают опираться на культурное наследие, в том числе медийное, как на фактор, препятствующий унификации личности в новой реальности.

**Ключевые слова:** медиакультура, цифровизация, киберпространство, коммуникации, культурное наследия.

E.V. Burda

Graduate Student,  
The State University of Management  
(Institute of Personnel Management,  
Social and Business Communications,  
Department of Philosophy),  
e-mail: ElenaVBurda@yandex.ru

Solgi Tahereh

Graduate Student,  
The State University of Management  
(Institute of Personnel Management,  
Social and Business Communications,  
Department of Philosophy),  
Tehran, Iran.  
e-mail: thsolgi@gmail.com

### Abstract

The article examines the impact of the transition to the digital space on people and media culture.

The introduction gives a brief description of the modern world in the era of globalism and digital transformation. The aim of the work is to analyze media culture and cyberspace, to trace the communicative aspect of the influence of virtual reality on personality. To do this, an analysis of scientific papers on this issue has been carried out, and trends based on the processes taking place in society are being investigated. The issues of the "digital divide" between countries, the "culture of cancellation", the problems of falsification of information on the Internet, including in the media, are highlighted.

The authors propose to rely on cultural heritage, including media, as a factor preventing the unification of personality in the new reality.

**Keywords:** media culture, digitalization, cyberspace, communications, cultural heritage.

### Введение

Мир сегодня — это мир массового потребления, массовых коммуникаций и массового перехода из реальности в виртуальность. Под сегодняшним миром мы понимаем в первую очередь западную цивилизацию, во многом задающую тон и направление развития человечества. Глобальность процессов цифровой трансформации влияет на все сферы жизни людей, в том числе на медиакультуру, культурное наследие и самого человека, порождая новые типы личности: *Homo digitalis* («цифровой кочевник»), *Homo consumens* («человек потребляющий») и *Homo mobilis* («человек мобильный») [18, с. 732]. Давая характеристику *Homo globalis* [24], к которым относятся все вышеперечисленные подвиды, К. Стендлер

писал, что у такого человека границы мировоззрения размыты. Современные цифровые технологии вовлекают потребителей в информационно-коммуникационный процесс глубже и интенсивнее, чем это было в предыдущие периоды. Можно согласиться с Э. Тоффлером в том, что мир «возникает с огромной скоростью из столкновения новых ценностей и технологий» [19, с. 21]. В этом текучем мире большое влияние оказывают информация и массовая коммуникация, лежащие в основе современных глобальных изменений и проникающие во все сферы жизнедеятельности человека. Медиакультура как особый тип культуры современного общества проходит новый виток трансформации в связи с переходом в киберпространство.

В данной работе авторами предпринята попытка проанализировать сущность цифрового пространства, его влияние на сферу коммуникаций, прежде всего через медиакультуру и на личность человека.

### **Обзор литературы и методология исследования**

Исследованием информационного общества занимались многие ученые. О культуре и медиакультуре писали, в частности, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, Ж. Делез, С. Жижек, Г. Маркузе, М. Маклюэн, Х. Ортега-и-Гассет, Э. Тоффлер и др. Из отечественных работ можно отметить работы Н.Б. Кирилловой, М.Г. Кашкиной, О.В. Запевалиной, Е.В. Гореловой, Н.И. Коноваловой, А.С. Кармина, А.Ю. Демшиной, С.Ю. Житенёва, С.Г. Носовец, О.В. Башариной, Е.В. Годлевской. Т.В. Нестерова анализировала рисковый аспект интернет-коммуникаций. А.В. Пряхина, Д.Ш. Богданова исследовали специфику коммуникаций в новой антропотехнической реальности.

Сравнение классических работ с современными исследованиями, а также анализ происходящих событий в мире позволили подробнее рассмотреть некоторые аспекты, отличающие современную ситуацию перехода медиа и человека в цифровое пространство коммуникаций.

Первоначально термин «медиа» был введен в качестве интерпретации феномена массовой культуры, возникшего в XX в. в информационном обществе. Впоследствии учеными были предложены расширенные формулировки, уточняющие смысловую нагрузку термина. На сегодняшний день существуют различные взаимодополняющие определения понятия «медиакультуры». В частности, Н.Б. Кириллова определяет медиакультуру как «совокупность информационно-коммуникационных средств, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности» [10, с. 14–15]. М.Г. Кашкина вслед за Н.Б. Кирилловой отмечает «особый тип культуры информационного общества», подчеркивая, что ее развитие связано с формированием и распространением универсального языка медиакультуры [9]. С. Жижек пишет, что медиакультура — «это целая среда, сложная коммуникативная система и, человек, погруженный в эту систему, сам становится ее частью» [4, с. 14]. Н.И. Коновалова исследует медиакультуру в качестве одной из граней культуры, а О.В. Запевалина, опираясь на определение культуры, данное А.С. Карминым, пишет о том, что это «социальная информация, сохраняющаяся и накапливающаяся в обществе с по-

мощью создаваемых людьми знаковых средств» [7, с. 48]. Таким образом, во всех определениях эксплицитно или имплицитно отражены следующие основные характеристики медиакультуры: она является частью культуры, характерной для информационного общества, а также отмечается ее коммуникационный аспект.

Продуктом медиакультуры являются медиареальность и коммуникативная среда, возникающие в результате работы средств массовой информации. Развитие компьютерных и цифровых технологий изменило социокультурное пространство общества, в том числе посредством новых медиа, к которым относятся, прежде всего, социальные сети, интернет-СМИ, поисковые службы, блог-платформы и микроблоги, а также технические платформы и новые социальные практики, связанные с ними (блоггинг, пользовательский контент и др.). При этом «...ключевой характеристикой, объединяющей весь объем явлений, которые попадают под характеристику “новых медиа”, является их связь с цифровой средой» [12, с. 5]. Цифровая среда в первую очередь подразумевает дигитализацию информации, формируя цифровую культуру. Часть исследователей отождествляет цифровую культуру с новыми медиа, однако для большинства это более широкое понятие. По определению С.Ю. Житенёва, «цифровая культура, с одной стороны, представляет собой совокупность цифровых технологических процессов в сфере культуры, а с другой, является комплексом ценностей, норм и правил, регулирующих отношения людей в информационном пространстве культуры» [6, с. 14]. Близкие этому термину понятия «киберкультура», «киберпространство» фактически являются синонимами «цифровой культуры», отражая связь с компьютерами и цифровыми технологиями. В данной работе указанные выше термины используются как равнозначные.

А.Ю. Демшина отмечает парадокс цифрового пространства в сочетании материального и идеального, так как действия субъектов происходят одновременно в виртуальном мире и в реальном [5]. Вследствие этого мы можем наблюдать специфическое влияние на личность медиакультуры в киберпространстве.

Цифровые медиа позволяют экспериментировать с технологиями и создавать новые модели коммуникаций, чтобы переосмыслить традиционные культурные формы, расширить пространство своего влияния, по-новому рассказать о происходящих событиях в жизни социума и индивидуума. Нелинейное представление информации создает новые контексты. Однако новые возможности влекут за собой как положительные эффекты, так и негативные послед-

ствия, требующие их осмыслиения и критического анализа. Киберпространство, мыслимое как пространство свободы коммуникаций и культурного самовыражения, перестает быть таковым, если оно вообще когда-либо имело такое свойство, а не только статус.

Специфика медиакультуры в новой реальности, как и самого киберпространства, определяется тем, что виртуальное является симуляцией реальности. Бодрийяр в своих работах обратил внимание на то, что реальное становится гиперреализованным, но гиперреализм означает упразднение реальности [16, с. 204]. Таким образом, можно сказать, что киберпространство упраздняет реальный мир. При этом киберпространство напрямую влияет на реальные институции. Интернет, компьютерные технологии и порожденные ими социальные сети, стриминговые платформы, новостные агрегаторы, сайты, мессенджеры, поисковые системы и навигаторы стали частью нашей частной и общественной жизни. По сути, происходит четыре ступени искажения. Для отражения в цифровом мире реальность трансформируется в модель. В виртуальном пространстве модель симулируется. Созданная гиперреальность поглощает информацию реального мира, перерабатывает и, как черная дыра, искажая информационное поле реальности, выдает новую информацию на основе симулякра, формируя новый миропорядок. «Медиакультура оказывается феноменом, работающим в двустороннем режиме: с одной стороны, она — порождение нашей цивилизации, с другой, она трансформирует нашу культуру» [13, с. 23]. Так как цифровизация затрагивает все области жизни, с уверенностью можно говорить о глобальном масштабе виртуализации и симуляции. В виртуальном мире стирается различие между природным и искусственным. Постулируемая открытость, прозрачность технологий, свобода коммуникаций и самовыражения есть симуляция на фоне и внутри цифровой вселенной. Массмедиа на сегодняшний день ориентированы на производство такой гиперреальности, и мы имеем дело не с феноменами действительности, а с образами, языками и символами, которые ее описывают. Весь этот информационный поток направлен на массового потребителя. Вслед за М. Маклюэном, который говорил *«Medium is the message»* [16, с. 205], Ж. Бодрийяр провозгласил *«Mass(age) is a message»* [16, с. 214].

«Продуктом чрезмерной технократизации информационной деятельности является роботизация сознания. Продуктом избыточной социокультурной информационной деятельности человека становится идеологизация его сознания» [3, с. 539]. Мы можем наблюдать одновременно усиление обоих аспектов. Доступность и развитие технологий предоставляют

возможность более легкого доступа к обучающей информации: цифровизация библиотечных архивов, появление научных журналов открытого доступа, онлайн-семинары и практики создают открытую базу для самообразования и личностного роста. Однако следует признать, что на практике лишь относительно небольшая часть людей использует данные возможности, так как для этого требуется высокий уровень самоорганизации и мотивации. Большинство людей ищет не информацию-наслаждение (по аналогии с «текстом-наслаждением» Р. Барта [2]), предполагающую трудоемкий процесс осмысливания и превращения ее в знание, а информацию-удовольствие, не обременяющую необходимостью глубокого погружения, удовлетворяющую сиюминутное желание получить развлекательный контент. Такое некритическое потребление информации редуцирует способность оценки и анализа поступающих сообщений, что делает человека уязвимым перед различного рода манипуляциями с помощью массмедиа. Вторым следствием беспрепятственного получения информации является ее собирательство. Подобно некоторым коллекционерам книг, которые приобретают произведения не ради их содержания, а для коллекции, так и рядовой потребитель информации, скачивая и сохраняя у себя очередную электронную книгу или курс, «ставит» их на полку — файловую папку компьютера или облачного хранилища, зачастую не находя времени для изучения приобретенного материала. Доступность информации приводит к ее бесцениванию.

Второй аспект — идеологизация сознания связана с симуляционной сущностью виртуального пространства. Мы имеем дело не с конкретными фактами, событиями, а со знаками, языками и символами, которые их описывают и которые в той или иной мере определяются идеологиями их носителей. Медиакультура создается индивидуумами, у каждого из которых есть свои установки, ценности, идеалы, в соответствии с которыми он воспринимает окружающий его мир и транслирует свое видение в виртуальном пространстве. Необходимо также учитывать, что каждый отдельный человек не может видеть всю картину развертывающихся перед ним событий и явлений целиком, освещая лишь доступный ему участок. Доступность компьютерных технологий позволяет все большему числу людей участвовать в создании общей картины, но создаваемый образ является проекцией отдельных мнений. Постулат, поддерживаемый большинством, не всегда равен истине. Созданный образ не является отражением, это новая картина, возникшая под влиянием коллективного творчества, в которую погружаются и ее создатели и весь осталь-

ной мир. Где находится граница между мирами? В знаменитой пещере Платона линия раздела проходит между миром идей и материальным миром внутри пещеры. Между нашей реальностью, в которой мы физически существуем, и киберпространством находится окно в виде графического интерфейса компьютера, существующего одновременно материально и открывающего портал в киберпространство (не случайно *Microsoft* назвал свою операционную систему *Windows*).

В рамках освещения коммуникативной составляющей медиакультуры важным аспектом является проблема «цифрового разрыва», усилия по преодолению которой предпринимаются международными инициативами и организациями. В докладе ЮНЕСКО от 2005 г. «К обществам знаний» указано, что доступ к Интернету имеется лишь у 11% населения всей планеты. При этом 90% из указанных 11% — это люди из промышленно развитых стран Северной Америки, Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона [23, с. 31]. Существование такого разрыва подразумевает разное соотношение представления культур развитых стран по отношению к остальному миру в медиакультуре и в цифровом пространстве. А это, в свою очередь, ведет к культурному искаению и потенциально появлению опасных феноменов, таких как «культура отмены» на уровне стран и наций. Первоначально «культура отмены» появилась в американском и европейском обществе как современная форма бойкотирования личности в онлайн-формате и в реальном мире. Однако ее влияние быстро распространилось не только на отдельных людей, но и на социальные группы, и в настоящее время начинает принимать все более глобальные формы. Отдельные проявления на уровне стран можно было наблюдать в 2003 г., когда обострились французско-американские отношения из-за критики Францией операции США и их союзников в Ираке. В 2020 г. на фоне распространения *COVID-19* возникла волна синофобии. Необходимо понимать, что «отменить» культуру целых народов невозможно, она будет существовать, даже если перестает быть представленной в цифровом пространстве. Но отсутствие или ограниченные возможности доступа через интернет-технологии к культурным объектам отдельных культур, несимметричное представление других искают общую картину в цифровом и медийном пространстве, формируя урезанное мировоззрение у молодого поколения, привыкшего искать информацию, прежде всего, в виртуальном мире. В пространстве Интернета этические нормы и границы дозволенного еще не устоялись, они достаточно размыты. При этом «культура отмены» заставляет по-иному смотреть на понятие толерантности в современном мире. И современная

медиакультура играет значительную роль как в распространении феномена, так и испытывая его влияние. Произошедший скандал на 94-й церемонии вручения премии «Оскар» между актером Уиллом Смитом и ведущим Крисом Роком обернулся как репутационными потерями, так и экономическими, поставив под вопрос дальнейшее профессиональное будущее актера. Агрессивная реакция на оскорбительную шутку является чрезмерной и недопустимой, что признал и сам Уилл Смит. Человек осознал ошибку, принеся публичные извинения, обещав провести над собой работу и в качестве искупления покинув американскую Академию кинематографических наук и искусств. А что поменялось по ту сторону экрана? Были приостановлены проекты с участием актера, в частности со стриминговыми сервисами *Netflix*, *Apple+*, с киностудией *Sony Pictures*. При этом вторая сторона конфликта, Крис Рок, не подал в суд, что является прямым сигналом о том, что для него инцидент был исчерпан (в противном случае вопрос должен решаться в юридически-правовом поле). Стоит отметить и роль массмедиа. Те, кто осуждают актера, в качестве одного из аргументов приводят тот факт, что Уилл Смит сместил фокус внимания на себя, не дав другим номинантам и лауреатам проявить себя. Однако СМИ во многом помогли в смешении фокуса с искусства, которым интереснее освещать скандалы вместо наград.

Еще одной особенностью медиа в киберпространстве является широкое использование нарратива в различных его формах. Нарративные практики продолжения истории используются и при создании многочисленных приквелов, сиквелов, спин-оффов успешных проектов, делая повествование бесконечным. С самых древних времен люди рассказывают истории, передавая их из уст в уста на протяжении тысячелетий. С возникновением письменной культуры появились понятия «автор», «авторство», «интеллектуальная собственность», но народное творчество продолжало существовать. В пространстве Интернета текст снова стал динамичен: «...с распространением электронных способов коммуникации текст теряет свою идентичность, он столь же легко видоизменяется, как сказка или песня в устном народном творчестве» [24, с. 168]. Творение перестает быть детищем одного автора благодаря технологиям, в том числе социальным сетям, у него появляются со-рассказчики, способные изменять события, участниками которых они являются. Превращение Интернета в основное средство коммуникации и оцифровка культурного наследия по-новому ставят вопрос авторства текста. Цифровая эпоха трансформировала авторство: современные культурные практики, в том числе в медиакультуре, характеризуются инте-

рактивностью и подразумевают непосредственное участие зрителей, читателей, слушателей в процессе. Сторителлинг становится одним из наиболее распространенных приемов передачи информации. В частности, при создании новостей массмедиа используют сторителлинг для того, чтобы привлечь максимальное количество читателей. В основе своей под данными практиками лежат нарративные структуры мифов и сказок [21], а также эмоциональное вовлечение в сюжет и детализация. Исследователями отмечается, что медиа теряют свой авторитет, а фейковые новости становятся правдоподобными в такой степени, что их трудно познать.

Неотъемлемой частью сегодняшнего интернет-дискурса стал вопрос фальсификаций, который затрагивает не только медиакультуру: они участвуют в создании медиа, цифровой и «настоящей» реальности. Одна из точек зрения на данный вопрос рассматривает цифровые технологии и киберпространство в качестве способа ограничения авторитета существующих институций и возможность предоставить слово альтернативным источникам. Тем не менее необходимо учитывать, что доверие к информации в реальном мире или в цифровом пространстве чаще всего основывается на доверии к самому источнику. Новость, освещенная *CNN* или *BBC*, у большинства будет вызывать больше доверия и меньше вопросов о подлинности данных, чем интерпретация событий менее известными медиа. Уровень охвата аудитории в первом случае также будет значительно выше. При этом авторитет издания не всегда может гарантировать объективность подачи материала. В августе 1992 г. британские СМИ, среди которых были журналисты из *INT*, а также репортер из газеты *Guardian*, прибыли в Боснию, где освещали конфликт в Югославии. Результатом стал снимок, изображающий крайне истощенного молодого человека за колючей проволокой. Фотография облетела весь мир, стала одним из поводов для военного вмешательства НАТО в события на территории Югославии и определила, в какую сторону будет склонено общественное мнение. Лишь в 1997 г., после окончания военных действий, Томас Дайхман провел независимое журналистское расследование, исследовал территорию и доказал, что лагерь в Трноволье не был огорожен колючей проволокой. В 1992 г. репортеры нашли единственный ракурс, с которого удалось заснять

людей с видом через колючую проволоку. Судья, занимавшийся иском, который журналисты подали на Томаса Дайхмана, признал, что лагерь не был огорожен колючей проволокой. Однако умышленность действий британских репортеров Дайхман доказать не смог и проиграл дело [25]. В Интернете, где информация является основой существования самого виртуального пространства и наблюдается переизбыток новостей за счет дублирования, освещения одного и того же события с разных точек зрения разными авторами, приоритет и кредит доверия будет также отдаваться крупным медиагруппам, которые обладают большими возможностями продвигать значимые для них ценности, нормы и идеи в общественность. Тем не менее открытость и демократичность пространства могут служить основой и гарантией потенциального сохранения равновесия и способом донести альтернативную точку зрения.

## Выводы

Результатом влияния медиакультуры и глобального перехода в киберпространство становится одновременное существование культа потребления и осознанного потребления, стирание национальных, гендерных, возрастных границ и сближение человечества и одновременно его унификация, сближение людей благодаря технологиям, когда возможны коммуникации людей на разных точках земного шара, и одновременно все больше людей ощущают свою изоляцию от общества.

«Когда общество повышает уровень технологической культуры, не заботясь о культуре духовной, то это грозит забвением духовных ценностей» [9]. Новые информационные и коммуникационные технологии меняют медийную среду и затрагивают традиционные культуры. Поэтому так важно сохранение культурной идентичности народов в глобальном и виртуальном мире. Цифровизация культурного наследия является противоречивым, но объективно необходимым процессом, который гарантирует культурную преемственность поколений. С. Сонтаг писала: «Всякая память индивидуальна и не копируется — она умирает вместе с человеком. То, что называется коллективной памятью, — не воспоминание, а договоренность; вот что важно, вот история того, как все происходило...» [20, с. 79].

## Литература

- Башарина О.В. Медиакультура человека: сущность, компонентный состав, функции и уровни формирования [Текст] / О.В. Башарина, Е.В. Годлевская // Современная высшая школа: инновационный аспект. — 2018. — № 2. — С. 34–41.
- Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика [Текст] / Р. Барт. — М.: Прогресс, Универс. 1994. — С. 413–423
- Гордин А.И. Трансгуманизм как следствие возможной тотальной цифровизации образования (опыт психологического анализа) [Текст] / А.И. Гордин, О.В. Гордина // Педагогика. Вопросы теории и практики. — 2021. — № 4. — С. 537–547.

4. Горелова Е.В. Информационная культура и ее роль в формировании личности [Текст]: автореф. дис. ... канд. культурологии / Е.В. Горелова. — Киров, 2008. — 17 с.
5. Демшина А.Ю. DIGITAL HUMANITIES: гуманитарная наука в ситуации медиакультуры [Текст] / А.Ю. Демшина // Вестник СПбГИК. — 2021. — № 1. — С. 21–27.
6. Житенёв С.Ю. Новые информационные технологии и современная культура коммуникаций: состояние, определения и вопросы развития [Текст] / С.Ю. Житенёв // Цифровизация культуры и культура цифровизации: современные проблемы информационных технологий: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 08 октября 2020 г. — М.: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева, 2020. — С. 12–19. — URL: <https://heritage-institute.ru/wp-content/uploads/2020/12/czifrovizacziya-kultury.pdf>
7. Запевалина О.В. Формирование медиакультурыв информационном обществе [Текст] / О.В. Запевалина // Вестник Бурятского государственного университета. — 2011. — № 1. — С. 45–50.
8. Казанская И.В. Потребление и потребительское поведение в цифровую эпоху [Текст] / И.В. Казанская, С.В. Ямщикова, А.П. Ромашкина // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2022. — № 1. — С. 43–47.
9. Кармин А.С. Философия культуры в информационном обществе: проблемы и перспективы [Текст] / А.С. Кармин // Вопросы философии. — 2006. — № 2. — С. 52–60.
10. Кашкина М.Г. Современная медиакультура в информационном социуме [Текст] / М.Г. Кашкина // Аналитика культурологии. — 2010. — № 18. — С. 158–160.
11. Кириллова Н.Б. Медиакультура: Теория, история, практика [Текст]: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений гуманитарных специальностей / Н.Б. Кириллова; Министерство образования и науки РФ, Российский государственный профессионально-педагогический университет. — М.: Культтура, 2008. — 494 с.
12. Корнев М.С. «Новые медиа» и «гуманитарное»: пересечение терминов и понятий [Текст] / М.С. Корнев // Новые медиа в гуманитарном образовании: электронный сборник статей к научно-практической конференции / под ред. М.С. Корнева. — М., 2013.
13. Муромцева А.А. Влияние киберкультуры на развитие личности в цифровом обществе [Текст] / А.А. Муромцева // Социально-культурная деятельность: векторы исследовательских и практических перспектив: материалы Международной электронной научно-практической конференции, Казань, 22 мая 2020 г. — Казань: Казанский гос. университет культуры и искусств, 2020. — С. 419–424.
14. Нестерова Т.В. Риски в поликодовой интернет-коммуникации: коммуникативно-прагматический и правовой аспекты [Текст] / Т.В. Нестерова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2021. — № 3. — С. 97–106. — DOI 10.12737/2587-9103-2021-10-3-97-106.
15. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия [Текст] / С.Г. Носовец // Коммуникативные исследования. — 2016. — № 4.
16. Призрак толпы / Карл Ясперс, Жан Бодрийар [Текст]. — М.: Алгоритм, 2008. — 272 с.
17. Пряхина А.В. Коммуникационные технологии в сфере культуры и новая антропотехническая реальность [Текст] / А.В. Пряхина // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2020. — № 6. — С. 13–17. — DOI 10.12737/2587-9103-2020-13-17.
18. Толстокорова А.В. Человеческое измерение глобализации: модальные типы личности [Текст] / А.В. Толстокорова // XVIII Международная конференция памяти проф. Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 19–20 марта 2015 г. — Екатеринбург: УрФУ, 2015. — С. 730–739.
19. Тоффлер Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. — М.: ACT, 2009. — 800 с.
20. Хорошилов Д.А. От социального познания — к эпистемологии общества (памяти Г.М. Андреевой) [Текст] / Д.А. Хорошилов // Национальный психологический журнал. — 2016. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-sotsialnogo-poznaniya-k-epistemologii-obschestva-pamyati-g-m-andreevoy>
21. Шапинская Е.Н. Сторителлинг в нарратологии цифровой эпохи [Текст] / Е.Н. Шапинская // Культурный код. — 2022. — № 1.
22. Эпштейн М.Н. Будущее гуманитарных наук [Текст] / М.Н. Эпштейн. — М.: ПАНГЛОСС, 2019. — 239 с.
23. К обществам знания: Всемирный доклад ЮНЕСКО [Текст]. — Париж: ЮНЕСКО, 2005. — 229 с. URL: <https://ifap.ru/library/book042.pdf> (дата обращения: 02.05.2022).
24. Strenger C. The Fear of Insignificance: Searching for Meaning in the Twenty-first Century. New York: Palgrave-Macmillan, 2010.
25. BBC News [Электронный ресурс]. URL: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/677481.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/677481.stm) (дата обращения: 28.04.2022).

## References

1. Basharina O.V., Godlevskaya E.V. Mediakul'tura cheloveka: sushchnost', komponentnyy sostav, funktsii i urovni formirovaniya [Human Media Culture: Essence, Component Composition, Functions and Levels of Formation]. *Sovremennaya vysshaya shkola: innovatsionnyy aspect* [Modern Higher School: Innovative Aspect]. 2018, I, 2, pp. 34–41.
2. Bart R. Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika [Selected Works: Semiotics. Poetics]. Moscow: Progress Publ., Univers, 1994. Pp. 413–423.
3. Gordin A.I., Gordina O.V. Transgumanizm kak sledstvie vozmozhnoy total'noy tsifrovizatsii obrazovaniya (opyt psikhologopedagogicheskogo analiza) [Transhumanism as a consequence of the possible total digitalization of education (the experience of psychological and pedagogical analysis)]. *Pedagogika. Voprosy teorii i praktiki* [Pedagogy. Questions of theory and practice]. 2021, I, 4, pp. 537–547.
4. Gorelova, E.V. *Informatsionnaya kul'tura i ee rol' v formirovaniy lichnosti. Kand. Diss.* [Information culture and its role in the formation of personality. Cand. Diss.]. Kirov, 2008. 17 p.
5. Demshina A.Yu. DIGITAL HUMANITIES: gumanitarnaya nauka v situatsii mediakul'tury [DIGITAL HUMANITIES: humanitarian science in the situation of media culture]. *Vestnik SPbGIK* [Vestnik SPbGIK]. 2021, I, 1, pp. 21–27.
6. Zhitenev S.Yu. Novye informatsionnye tekhnologii i sovremen-naya kul'tura kommunikatsiy: sostoyanie, opredeleniya i voprosy razvitiya [New information technologies and modern communication culture: state, definitions and development issues]. *Tsifrovizatsiya kul'tury i kul'tura tsifrovizatsii: sovremennyye problemy informatsionnykh tekhnologiy: sbornik materialov Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Moskva, 08 oktyabrya 2020 goda* [Digitalization of culture and digitalization culture: modern problems of information technologies: collection of materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Moscow, October 08, 2020]. Moscow: Rossiyskiy nauchno-issledovatel'skiy institut kul'turnogo i prirodnogo naslediya im. D.S. Likhacheva Publ., 2020, pp. 12–19. URL: <https://heritage-institute.ru/wp-content/uploads/2020/12/czifrovizaciya-kultury.pdf>
7. Zapevalina O.V. Formirovanie mediakul'tury informatsionnom obshchestve [Formation of media culture in the information society]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Buryat State University]. 2011, I, 1, pp. 45–50.
8. Kazanskaya I.V., Yamshchikov S.V., Romashkina A.P. Potreblenie i potrebitel'skoe povedenie v tsifrovuyu epokhu [Consumption and consumer behavior in the digital age]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki* [Humanitarian, socio-economic and social sciences]. 2022, I, 1, pp. 43–47.
9. Karmin A.S. Filosofiya kul'tury v informatsionnom obshchestve: problemy i perspektivy [Philosophy of Culture in the Information

- Society: Problems and Prospects]. *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy]. 2006, I. 2, pp. 52–60.
10. Kashkina M.G. Sovremennaya mediakul'tura v informatsionnom sotsiume [Modern media culture in the information society]. *Analitika kul'turologii* [Analytics of Culturology]. 2010, I. 18, pp. 158–160.
  11. Kirillova N.B. Mediakul'tura: Teoriya, istoriya, praktika: uchebnoe posobie dlya studentov vysshikh uchebnykh zavedeniy gumanitarnykh spetsial'nostey [Media culture: Theory, history, practice: a textbook for students of higher educational institutions of humanitarian specialties]. *Ministerstvo obrazovaniya i nauki RF, Rossiyskiy gosudarstvennyy professional'no-pedagogicheskiy universitet* [Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Russian State Vocational Pedagogical University]. Moscow: Kul'tura Publ., 2008. 494 p.
  12. Kornev M.S. «Novye media» i «gumanitarnoe»: pereschenie terminov i ponyatiy [“New media” and “humanitarian”: the intersection of terms and concepts]. *Novye media v gumanitarnom obrazovanii: elektronnyy sbornik statey k nauchno-prakticheskoy konferentsii* [New media in the humanities education: an electronic collection of articles for a scientific and practical conference]. Moscow, 2013.
  13. Muromtseva A.A. Vliyanie kiberkul'tury na razvitiye lichnosti v tsifrovom obshchestve [The influence of cyberspace on the development of personality in a digital society]. *Sotsial'nokul'turnaya deyatelnost': vektorы issledovatel'skikh i prakticheskikh perspektiv: materialy Mezhdunarodnoy elektronnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Kazan', 22 maya 2020 g.* [Socio-cultural activity: vectors of research and practical prospects: materials of the International electronic scientific and practical conference, Kazan, May 22, 2020]. Kazan': Kazanskiy gosudarstvennyy universitet kul'tury i iskusstv Publ., 2020, pp. 419–424.
  14. Nesterova T.V. Riski v polikodovoy internet-kommunikatsii: kommunikativno-pragmatischeskiy i pravovoy aspekty [Risks in polycode Internet communication: communicative-pragmatic and legal aspects]. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication science]. 2021, I. 3, pp. 97–106. DOI 10.12737/2587-9103-2021-10-3-97-106.
  15. Nosovets S.G. Novye media: k opredeleniyu ponyatiya [New media: to the definition of the concept]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Research]. 2016, I. 4.
  16. Prizrak tolpy [Phantom of the crowd]. Moscow: Algoritm Publ., 2008. 272 p.
  17. Pryakhina A.V. Kommunikatsionnye tekhnologii v sfere kul'tury i novaya antropotekhnicheskaya real'nost' [Communication technologies in the sphere of culture and the new anthropotechnical reality]. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communication science]. 2020, I. 6, pp. 13–17. DOI 10.12737/2587-9103-2020-13-17.
  18. Tolstokorova A.V. Chelovecheskoe izmerenie globalizatsii: modal'nye tipy lichnosti [Human Dimension of Globalization: Modal Personality Types]. *XVIII Mezhdunarodnaya konferentsiya pamyati prof. L.N. Kogana «Kul'tura, lichnost', obshchestvo v sovremenном mire: Metodologiya, opyt empiricheskogo issledovaniya»*, 19–20 marta 2015 g. [XVIII International Conference in memory of prof. L. N. Kogan “Culture, personality, society in the modern world: Methodology, experience of empirical research”, March 19–20 2015]. Ekaterinburg: UrFU Publ., 2015, pp. 730–739.
  19. Toffler E. *Tret'ya volna* [The Third Wave]. Moscow: ACT Publ., 2009. 800 p.
  20. Khoroshilov D.A. Ot sotsial'nogo poznaniya — k epistemologii obshchestva (pamyati G. M. Andreevoy) [From social cognition to the epistemology of society (in memory of G. M. Andreeva)]. *Natsional'nyy psichologicheskiy zhurnal* [National Psychological Journal]. 2016, I. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsotsialnogo-poznaniya-k-epistemologii-obschestva-pamyati-g-m-andreevoy>
  21. Shapinskaya E.N. Storitelling v narratologii tsifrovoy epokhi [Storitelling in Narratology of the Digital Age]. *Kul'turnyy kod* [Cultural code]. 2022, I. 1.
  22. Epshteyn M.N. *Budushchee gumanitarnykh nauk* [The future of the humanities]. Moscow: PANGLOSS Publ., 2019. 239 p.
  23. K obshchestvam znaniya: Vsemirnyy doklad YuNESKO [Towards Knowledge Societies: UNESCO World Report]. Parizh: YuNESKO Publ., 2005. 229 p. URL: <https://ifap.ru/library/book042.pdf> (accessed 28 May 2022).
  24. Strenger C. *The Fear of Insignificance: Searching for Meaning in the Twenty-first Century*. New York: Palgrave-Macmillan, 2010.