



Медиариски и трансформация культуры

И. А. Асеева

Юго-Западный государственный университет, Курск, Россия

irinaaseeva2011@yandex.ru

Аннотация. Выявление, анализ и снижение медиа-рисков как производных цифровой культуры является серьезной научной проблемой для социологов, философов, культурологов, юристов. В статье используются междисциплинарный подход и общенаучные методы. Эмпирической базой исследования являются социологические исследования ведущих отечественных и зарубежных научных коллективов, а также результаты авторского социологического онлайн-опроса. Понимая медиа-риски как явление комплексное, автор исследует два их масштабных уровня: медиариски для человека и глобальные медиариски для культуры.

Ключевые слова: культура, информационные революции, цифровизация, инфокоммуникативные технологии, медиариски

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект № 22-28-00486 «Человек в новой медиаэкосистеме: ресурсы и стратегии взаиморазвития».

Для цитирования: Асеева И. А. Медиариски и трансформация культуры // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 2 (870). С. 149–157. DOI 10.52070/2542-2197_2023_2_870_149

Original article

Media Risks and Transformation of Culture

Irina A. Aseeva

Southwest State University, Kursk, Russia

irinaaseeva2011@yandex.ru

Abstract. Identification, analysis and reduction of media risks as derivatives of digital culture are a serious scientific problem for sociologists, philosophers, cultural scientists, lawyers. The article uses an interdisciplinary approach and general scientific methods. The empirical basis of this work is sociological research conducted by leading domestic and foreign research teams, as well as the results of the author's online sociological survey. Understanding media risks as a complex phenomenon, the article examines their two large-scale levels: media risks for humans and global media risks of culture.

Keywords: culture, information revolutions, digitalization, information and communication technologies, media risks

Acknowledgements: The research was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation, project № 22-28-00486 "Man in a new media ecosystem: resources and strategies for mutual development".

For citation: Aseeva, I. A. (2023). Media Risks and Transformation of Culture. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 2(870), 149–157. 10.52070/2542-2197_2023_2_870_149

ВВЕДЕНИЕ

Человеческая культура – постоянно меняющийся, подверженный влиянию множества факторов, живой эволюционирующий организм. Одним из наиболее мощных трансформирующих средств и для человека, и для общества являются информационные технологии в широком смысле этого слова. Информация, осмысленная и переработанная человеком, оформляется в практически ориентированные технологии, которые и обладают сильным преобразующим потенциалом.

В последние десятилетия возрос интерес ученых к функциональным, технологическим и социокультурным аспектам формируемой антропосоциотехнической среды, а также к вопросам влияния новых цифровых технологий на трансформацию особенностей личности современного человека и социальную структуру, в частности, подчеркивается значительное влияние средств интернет-коммуникации на создание особых информационных и семантических пространств. С означенными процессами сопряжено и появление новых социокультурных проблем и рисков. Особой сферой научных интересов становятся медиаэкосистема, цифровые медиатехнологии, частные практики медиапотребления или медиатворчества.

Однако, несмотря на увеличение в последние годы количества и разнообразия тематик исследований, посвященных медиареальности, антропологическим и социокультурным рискам, связанным с повсеместным проникновением цифровизации, внимания уделяется не достаточно.

Соответственно, целью данной работы является концептуализация медиарисков в контексте личностных и культурных изменений, которые испытывают представители современного социума.

Задачи исследования: выявить трансформирующий потенциал шести известных информационных революций; показать особенности цифровой информационной революции; сформулировать понятие медиарисков; предложить топологию медиарисков; проанализировать возможности и угрозы использования медиатехнологий на масштабе личности и культуры.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕВОЛЮЦИИ КАК ТРИГГЕРЫ РАДИКАЛЬНЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

На сегодняшний день шесть информационных революций, которые пережило человечество за свою историю, настолько кардинально переформатировали культуру, что фактически создали новый,

уникальный, вид разумных существ, обитающих одновременно в нескольких реальностях. Уже первая информационная революция – изобретение языка как символической модели мира – послужила отправной точкой для формирования абстрактного мышления как основы идеальной формы освоения физической реальности. Теперь можно было не только показать другому обнаруженное новое явление, но и передать словами, что предполагало возможность сформировать и закрепить образ, копию объекта в сознании человека. Обучение, сохранение и передача знаний в человеческом обществе более не зависели от необходимости личного контакта, а получили первый мощный импульс для распространения информации сначала локально среди соплеменников, а затем и коммуницируя с носителями других языков. Именно слово ознаменовало первый прорыв в формировании медиатехнологий, технологий-посредников, постепенно расширяющих круг социальных субъектов, вовлеченных в процесс освоения знаний и обмена разнообразной информацией, которую можно не только получить через органы чувств, но и представить в воображении или сконструировать мысленно.

Но, думается, ключевой идеей для ускорения и усложнения культуры стало изобретение письменности. Текст, записанный общепринятыми знаками, мог сохраняться и передаваться без субъективных искажений на огромные расстояния и через тысячелетия. С момента придумывания, как закодировать слова знаками, вектор развития человеческой культуры был определен, а все ускоряющаяся передача информации и преодоление расстояний стали лишь делом техники. Первое техническое устройство, печатный станок И. Гутенберга, в 40–50-х годах XV века разрушил монополию церкви на владение знаниями и открыл доступ к образованию всем желающим. От изобретения в 1837 года С. Морзе электромагнитного телеграфного аппарата, а в 1870-х годах телефона, до появления персонального компьютера в 70-х годах XX века прошло около 150 лет, и вот уже весь мир информационно проницаем, без границ и расстояний.

Современную информационную революцию связывают с появлением Интернета и цифровых технологий. «Уже в 1960-х годах в США появились первые глобальные вычислительные сети, объединявшие несколько ЭВМ той или иной фирмы или организации в одну систему. Вскоре они переросли в крупные территориальные системы, а в 1983–1986 годах – в единую общенациональную сеть – Интернет. В последующие полтора десятилетия к ней присоединилось множество других

региональных и национальных компьютерных сетей. Так сложилась глобальная сеть Интернет, ознаменовавшая начало пятой информационной революции. Если предыдущая революция сократила расстояния, то нынешняя беспрецедентно сокращает время для получения нужной информации, многократно увеличивая при этом масштабы информационного обмена. Его объем посредством Интернета удваивается через каждые 100 дней, т. е. каждый год в 7,3 раза» [Шишков, 2003, с. 299]. Благодаря соединенным в единую мировую сеть компьютерам, оцифрованная информация становится ведущим фактором реструктуризации всей исторически сложившейся культуры, проникая практически во все сферы социальной жизни, контролируя экономику, производство, политику, национальную безопасность, образование и науку. Именно медиатеchnологии сейчас определяют, формируют и иногда разрушают многие разноразличные социальные связи миллиардов интернет-пользователей.

Следующую информационную революцию В. И. Аршинов и В. Г. Буданов оптимистично предвидят в развитии квантовой ноосферы, квантового компьютеринга и квантовой телепортации, основанных на ЭПР-эффектах [Аршинов, Буданов, 2020, с. 46]. Авторы полагают, что квантовая природа сознания и возникновение когерентных состояний коллективных субъектов позволят вывести человечество на более высокий уровень глобальной эволюции. Думается, при нравственном уровне нынешнего массового сознания, и взаимном геополитическом противостоянии различных административно-территориальных образований этот путь пока недостижим.

МЕДИАРИСКИ В РЯДУ ДРУГИХ УГРОЗ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

Определим медиариски как эскапацию человеком наступления жизненных событий, связанных с регулированием и саморегулированием виртуальной реальности и взаимодействием с ней человека и общества. Понимая медиа-риски как явление комплексное, выделим, по крайней мере, два масштабных уровня: медиариски для человека и глобальные медиариски для культуры.

МЕДИАРИСКИ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА

Первый уровень медиарисков отражает еще одно «искривление» социоантропологического зеркала, оно связано с активно обсуждающимся сейчас философами, правоведами, социологами,

культурологами парадоксом расширения-сокращения возможностей человека из-за проникновения информационных технологий практически во все сферы жизни общества и их влияния на универсалии культуры: свободу, человеческую идентичность, право выбора и безопасность. Одна из самых острых дилемм – конвертация благой идеи личной безопасности, защиты от злоумышленников и персонального подбора товаров и услуг с помощью новейших технологий Big Data в нарушение права на неразглашение личной информации, в тотальный контроль, в манипулирование выбором и в своеобразную замкнутость на предложениях контекстной рекламы. Они сыпятся как «информационный мусор» в мессенджеры уже после удовлетворения информационной потребности, без необходимости. Отключение навязчивой рекламы или приложений-шпионов также требует специальных знаний и навыков и вряд ли доступно рядовому пользователю.

Вместе с тем в цифровой реальности человек становится совершенно прозрачной контролируемой единицей, чье поведение в различных социальных ролях как семьянина, работника, потребителя, туриста и т. д. оказывается подконтрольным и даже управляемым. Распространение процесса медиатизации, целенаправленное воздействие масс-медиа на принятые социальные практики осуществляется с помощью медиалогии – особого способа подачи информации – «трансформации события посредством медиатрансляции для достижения планируемого эффекта поступка, действия» [Коломиец, 2014, с. 84]. Посредством специальных манипулятивных технологий человеку незаметно навязывается выгодный угол зрения или определенное, «вдавленное» в сознание извне «омнибусное» мнение [Воронов, Лупенкова, 2016]. Принципы организации типичной медиаманипуляции описывает В. Л. Примаков:

«1) построение и поддержание виртуальной массмедиа-картинки, ориентированной на потребности, ожидания, картину мира целевой аудитории; по сути – создание и продвижение определенного формата восприятия (угла зрения, стиля и т. п.);

2) создание символического, даже нереального, фейкового события, вписывающегося в построенный медиаформат для того, чтобы «человек медиатизированный» поверил в реальность виртуального события, картинки; чаще всего для этого используется банальная провокация;

3) раскручивание, тиражирование и синхронизация информационных потоков и коммуникационных волн обсуждения, подтверждения, эмоциональной оценки, инфошочков, отвлекающих фактоидов и пр.» [Примаков, 2019, с. 33].

Некоторые исследователи считают, что такие методы и сама логика развития цифрового общества, по сути, являются антигуманистическими и антидемократическими, поскольку превращают свободную личность в «простой набор данных и объект управления» [Горячева, Яковлева, 2022, с. 90]. Опираясь на работы Н. Лумана, В. Вахштайна, Н. Больца, размышления М. Фуко о дисциплинарном обществе и анализ опыта социального рейтинга в Китае, авторы приходят к выводу, что именно цифровые коммуникативные технологии, электронные медиа объективируют личность, атомизируют общество, приобретают функцию «невидимого» всеведущего технологизированного наблюдателя, для которого человек – лишь «объект воздействия smart-среды» [там же, с. 84].

При снижении критического мышления, выносе долговременной памяти в Google, все большем усложнении технологий, непрозрачности принятия жизненно важных решений программами с элементами искусственного интеллекта, например, о назначении лечения, выдаче кредитов или вынесении приговора, отношении человека и техносреды все больше напоминают односторонние отношения с новым божеством. В. Г. Буданов, например, пишет: «В связи с фактами беспомощности Z-поколения в отсутствии консультаций с Google возникает риск рождения «Цифровой религии». Техномагия, технофетишизм, техномиф усугубляются с развитием ИИ, так как объекты техники на основе ИИ все более сложны и менее понятны, да еще объединенные в сети Интернета Вещей. Они создают анимированные искусственные среды обитания для современного человека, подобно тому, как первая природа была живой средой обитания для первобытного человека» [Буданов, 2022]. Причем, появление цифровой религии связано не столько с новыми медиа-носителями для транслирования традиционных религиозных символов и ритуалов, сколько с появлением уникальных характеристик религиозной онлайн-среды: гипертекстуальности, интерактивности, дисперсности, полицентричности [Иванов, 2018]. Как пишет Г. Грив, «цифровая религия уникальна в том смысле, что с помощью цифровых медиатехнологий она способствует канализации страхов, порождаемых текучей современностью, синтезируя в единое целое религиозные метанарративы и идеологию цифрового общества» [Grieve, 2013, с. 110]. Х. Кэмпбелл рассматривает цифровую (сетевую) религию как часть новой электронной культуры, о которой пойдет речь ниже. Она отмечает, что «религия наполняется технологическими структурами и характеристиками интернет-среды, такими как нивелирование традиционных иерархий, возможность мгновенной

коммуникации и получение немедленного ответа, расширение доступа к сакральному и приватной информации» [Campbell, 2012, с. 68]. То есть появление цифровой религии вызвано, с одной стороны, готовностью сознания homo digital воспринимать технологии или Искусственный интеллект как непостижимого бога, которому известны поступки и даже намерения человека по его запросам и просмотрам контента, с другой – подкреплением его священных чувств технологическими возможностями формирования конструируемой идентичности, открытости всех перед его взором, единства с единомышленниками по всему миру. И в этом смысле новые инфокоммуникативные технологии являются уже не только переносчиками старых религиозных символов новыми способами, а самостоятельным медиaprостранством обсуждения новых сакральных смыслов и идей.

Справедливости ради необходимо отметить и несомненные плюсы использования медиаресурсов для экономии времени, облегчения взаимодействия с государственными службами, получения информации, даже для повышения личного культурного уровня. Так, например, анализ посещаемости, количества и размера постов и комментариев на страницах в Instagram 98 самых знаменитых музеев России во время и после локдауна 2020 года явно демонстрируют значительный рост вовлеченности людей в музейную деятельность, увеличение заинтересованности в научных, образовательных и развлекательных проектах, которые предложили сотрудники музеев во время вынужденной самоизоляции [Павлова, 2022]. С помощью функции опросов посетителей музеи получали информацию для повышения качества предоставляемых услуг [Badell, 2015], с другой стороны, возникла новая социальная роль музеев – вдохновение и поддержка людей, так необходимые в период пандемии [Museums and COVID-19, 2021].

ГЛОБАЛЬНЫЕ МЕДИАРИСКИ КУЛЬТУРЫ

С начала XXI века в научный оборот входят понятия, определяющие современный тип культуры, связанный с цифровыми технологиями: «E-culture», виртуальная культура, интернет-культура, медиа-культура, Digital Culture и т. д. [Digital Culture, 2008]. Цифровизация как «маркер нового этапа культуры» [Gere, 2002, с. 12] формирует феномены – производные инфокоммуникативных технологий, такие как электронные социальные сети, цифровая реконструкция объектов культурного наследия в их исторической и пространственной перспективе, базы данных и т. п. [Асеева,

2019]. Л. В. Баева, рассматривая электронную культуру в рамках различных подходов, не просто как окружающую среду современного человека, а в качестве его экзистенциального цифрового расширения, добавляющего беспредельную свободу выбора, стирающую границы между «внешним и внутренним, творчеством и потреблением, уникальным и программируемым» [Баева, 2020, с. 39].

Причем, думается, речь может идти не о появлении случайных разрозненных технических новинок, а о сосуществовании различных культурных матриц с различными экзистенциальными ценностями, способами копирования и передачи культурных кодов, комфортным образом повседневного бытия. Данные социологических исследований демонстрируют статистически заметную разницу в жизненных стратегиях и важнейших ценностях россиян разного возраста, так или иначе связанную с распространением информационных технологий. Обратим внимание на результаты исследования, проведенного ВЦИОМ в 2020 году. В диаграмме явно видна значимость свободной информации для опрошенных и различная реакция на ее ограничение, так 49,5 % респондентов 18–39 лет считают, что информация должна

распространяться свободно, против 25 % в возрасте 54–74 года и 16 % – 75 лет и старше. То, что государству следует ввести цензуру Интернета, считают 76 % представителей старшего поколения и 41 % молодежи.

Интересно, что степень неудобств, вызванных ограничениями и / или запретами на потребление контента / информации, наиболее высока при потреблении развлекательного контента и личного контента, размещаемого другими пользователями в своих аккаунтах (например, фотографии, видео друзей и т. д.). Нередко интернет-пользователи недовольны цензурой политической аналитики, а также журналистских расследований и документальных фильмов (см. табл. 1).

Также отметим очевидную разницу в жизненных стратегиях представителей разных поколений, заметную на рисунке 1.

Только 17% молодежи готовы поступиться своим личным благом во имя интересов государства и общества против 60 % в старшем поколении. Эти цифры во многом объясняют утрату навыков социального взаимодействия, потерю интереса молодого поколения к личному длительному общению, к обременению себя семьей и детьми

Таблица 1

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ НА ВОПРОС:
«КАК ЧАСТО ВЫ СТАЛКИВАЕТЕСЬ СО СЛЕДУЮЩИМИ ОГРАНИЧЕНИЯМИ И / ИЛИ ЗАПРЕТАМИ
В ИНТЕРНЕТЕ ПРИ ПОТРЕБЛЕНИИ КОНТЕНТА / ИНФОРМАЦИИ?»

Тип ограничения	Регулярно (в %)	Часто (в %)	Редко (в %)	Никогда (в %)	Итого (в %)
Ограничение по законодательству рф (материал признан экстремистским, порнографическим и т. д.)	17,5	27,2	41,5	13,8	100
Ограничение по возрасту (шок-контент, эротика и т. д.)	11,2	24,9	45,7	18,2	100
Ограничение доступа из-за нарушения авторских прав	10,7	28,1	47,9	13,3	100
Ограничение доступа к информации в сообществе для пользователей, не являющихся его членами или подписчиками (ограничение настройками приватности)	10,4	31,2	42,1	16,3	100
Блокировка и удаление контента в связи с его несоответствием позиции администрации ресурса	9,8	28,3	44,7	17,2	100
Блокировка доступа к контенту на основании российского ip-адреса (в результате санкций)	16,7	29,4	34,8	19,1	100

Источник: собственные исследования

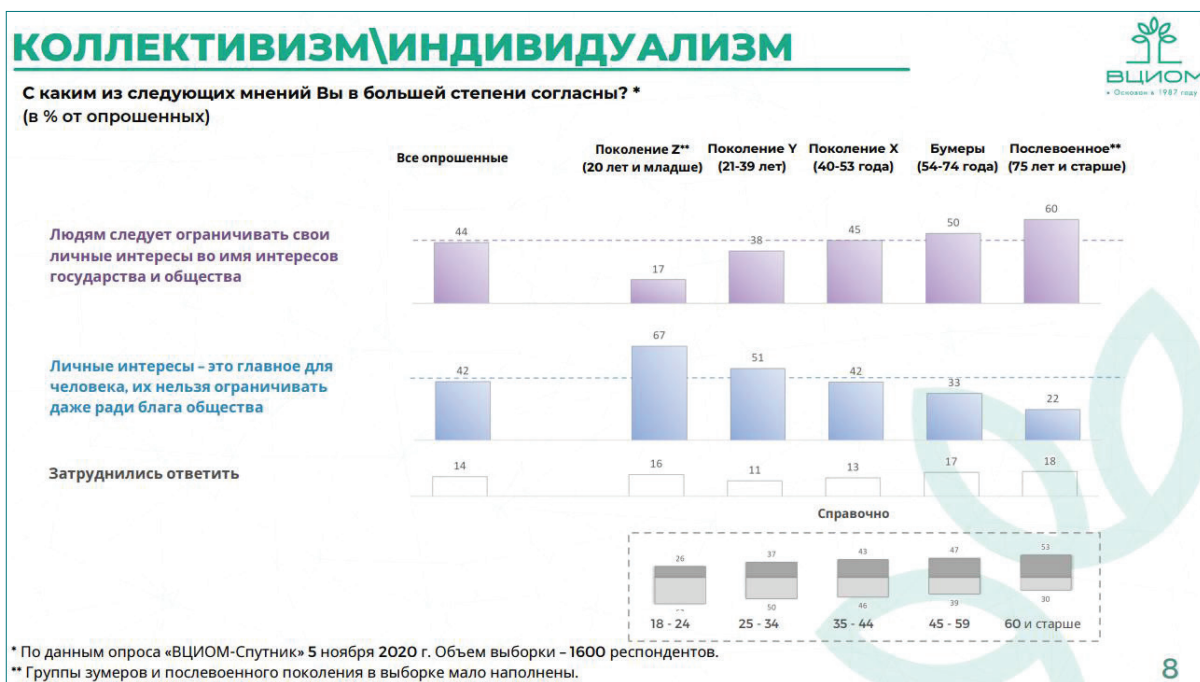


Рис. 1. Отношение россиян к ограничению личных интересов ради общественных

(Источник: Федоров В. Ценности современного российского общества. URL: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/presentations/2022/2022-07-20_Cennosti_sovremennogo_rossii_skogo_obshchestva_Fedorov.pdf)



Рис. 2. Выбор россиянами значимых для них сфер и характеристик жизни

(Источник: Федоров В. Ценности современного российского общества. URL: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/presentations/2022/2022-07-20_Cennosti_sovremennogo_rossii_skogo_obshchestva_Fedorov.pdf)

и даже нежелание служить в армии. По мнению научного руководителя Лаборатории нейронаук и поведения человека Сбербанка, психотерапевта А. Курпатова, «то, что мы имеем сейчас – это, по сути, эпидемия цифрового аутизма. Цифровой аутизм – состояние, при котором молодые люди не могут поддерживать длительный психологический контакт друг с другом. Они не интересуются внутренним миром другого человека. Люди для них фактически стали заменяемы, поскольку они не видят ценности каждого человека в отдельности» [Курпатов, 2020].

Вместе с тем сводная таблица результатов опроса россиян в 2020 году, видимо, под влиянием пандемии, свидетельствует о сохранении ориентированности общества на традиционные ценности заботы о здоровье и благополучии семьи, безопасности, экологии и комфорте в месте проживания. Однако карьера, общественная и политическая жизнь и социальный статус отходят на второй план (см. рис. 2).

Заметим, что постоянное присутствие в Интернете требует, во-первых, соответствующего технического обеспечения: современного устройства и доступной Сети, во-вторых, элементарных навыков работы в Интернете, а, в-третьих, достаточного уровня цифровой грамотности, чтобы распознать мошенников и защитить свои персональные данные. Все три условия интегрированности в новую цифровую медиацивилизацию являются серьезными социокультурными проблемами и маркерами цифрового благополучия, о наличии или отсутствии которого мы писали в указанном ранее исследовании.

Так, техническую отсталость, включающую, по соображениям россиян, отсутствие стабильно хорошего доступа в сеть Интернет, высокую стоимость пользования цифровыми сервисами, банальное отсутствие современных дорогих гаджетов, считают серьезным препятствием для приобщения к новым цифровым инфо-коммуникативным разработкам около 55 % опрошенных. Навыки работы в сети, вместе с тем, были обнаружены не у всех респондентов, и они распределены не равномерно, а в зависимости от возраста и места жительства. Выяснилось, что если молодежь фактически выросла одновременно в двух реальностях и не испытывает проблем в пользовании цифровыми ресурсами и платформами, то люди старшего возраста не могут обойтись без помощи, чувствуют себя «отрезанными от мира» и чаще

попадают на уловки интернет-преступников. Можно заметить также низкую удовлетворенность уровнем цифровых компетенций у сельского населения – 57 %.

Даже в первом приближении к анализу преимуществ и проблем, которые возникают у людей в связи с новой цифровой эпохой, можно обнаружить наряду с возможностями расширенного и мгновенного инфокоммуникативного доступа заметную социальную напряженность, фактически межпоколенческий и территориальный разрыв в степени освоения новых технологий и, как следствие, нарушение цифрового благополучия и комфорта, казалось бы, обещанного федеральными программами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Новые медиатехнологии цифровой эпохи оказывают определяющее воздействие на вектор развития и структуру антропосоциосферы современной цивилизации. Информация становится ведущей ценностью, вокруг которой строятся экономика, политика, образование, медицина и все другие социальные институты. Коммуникативными электронными технологиями пронизаны все человеческие отношения, от личностных до межгосударственных.

Наряду с очевидными возможностями и преимуществами, новые инфо-коммуникативные, в том числе, медиа, технологии создают и новые риски, напряженности и угрозы, связанные с реформированием сознания человека, с нарушением социально значимых ценностей свободы личности, конфиденциальности, общения, с целенаправленным изменением приоритетов безопасности и прав личности на декларируемую защиту общества, как в случае с недавней пандемией.

Однако согласно данным социологических исследований, вместо социальной консолидации часто возникает противоположный эффект – атомизации, цифрового аутизма, ориентации на собственные интересы и потребности, дистанция между поколениями, утрата навыков межличностного взаимодействия вне сети и другие. Человечество посредством инфокоммуникативных технологий все глубже запутывается в виртуальных сетях, меняя постепенно расстановку элит и обычных граждан, формируя запрос на новую информационную этику и культурные коды.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шишков Ю. В. Информационные революции в истории человечества. М.: Радуга, 2003.
2. Аршинов В. И., Буданов В. Г. Сетевые информационные революции и Большой антропологический переход: эволюционный аспект // Сложность. Разум. Постнеклассика. 2020. № 4. С. 40–51.

3. Коломиец В. П. Медиа социология: теория и практика / Аналитический центр Vi. М.: НИПКЦ Восход-А, 2014.
4. Воронов К. А., Лупенкова Е. Ю. Теоретический экскурс: политическое поле и определение омнибусного факта в социологической концепции Пьера Бурдьё // Практический дискурс высшей школы. / Сборник докладов международной научно-практической конференции. Брянск: РИО БГУ, 2016. С. 7–10.
5. Примаков В. Л. Медиатизация современного общества как фактор социальной регуляции // Социальная инженерия: как социология меняет мир : материалы IX Международной социологической Грушинской конференции, 20–21 марта 2019 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М.: ВЦИОМ, 2019. С. 29–34.
6. Горячева О. Н., Яковлева М. Г. Гуманистические риски цифрового развития общества: анализ работ зарубежных авторов // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14. № 2. С. 78–93.
7. Буданов В. Г. Эволюция Супер-умwelt'a социотехноантропосферы и конструирование будущего // «Современные проблемы социотехноантропосферы» / отв. ред. В. Г. Буданов. Курск: Университетская книга, 2022. С. 6–28.
8. Иванов А. В. Цифровая религия // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2018. Т. 18. Вып. 4. С. 377–381. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-4-377-381>.
9. Grieve G. P. Digital religion // Digital religion : Understanding religious practice in new media worlds /ed. H. Campbell. N.Y.: Routledge, 2013. P. 104–118.
10. Campbell H. Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society // Journal of the American Academy of Religion. 2012. Vol. 80. № 1. P. 64–93. DOI: 10.1093/jaarel/lfr074.
11. Павлова Е. В. Роль Instagram для музеев в период COVID-19 локдауна и после него // Информационное общество. 2022. №1. С. 17–25.
12. Badell J. I. Museums and social media: Catalonia as a case study // Museum Management and Curatorship. 2015. № 30(3). P. 244–263.
13. Museums and COVID-19: 8 steps to support community resilience // ICOM. 2021. URL: <https://icom.museum/en/news/museums-and-covid-19-8-steps-to-support-community-resilience/>
14. Digital Culture: the changing dynamics. Zagreb, 2008.
15. Gere C. Digital Culture. London, Reaktion Books, 2002.
16. Асеева И. А. Этические вызовы цифровой эпохи // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2019. Т. 9. № 3 (32). С. 202–212.
17. Баева Л. В. Информационная этика в условиях развития электронной культуры // Информационное общество. 2020. №6. С. 36–46.
18. Курпатов А. В. Трансформация человека в цифровую эпоху. 2020. URL: <http://council.gov.ru/media/files/Ot0dsAsc1Fas5qV3yRy5R5EqmQhnFTAo.pdf>

REFERENCES

1. Shishkov, Yu. V. (2003). Informacionnye revolyucii v istorii chelovechestva = Information revolutions in the history of mankind. Moscow: Raduga. (In Russ.)
2. Arshinov, V. I., Budanov, V. G. (2020). The information revolutions and the Great anthropological transition: an evolutionary aspect. Complexity. Mind. Postnonclassics, 4, 40–51. (In Russ.)
3. Kolomiec, V. P. (2014). Mediasociologiya: teoriya i praktika = Media sociology: theory and practice / Analytical Center Vi. Moscow: NIPCC Voskhod-A. (In Russ.)
4. Voronov, K. A., Lupenkova, E. Yu. (2016). Theoretical excurs: the political field and term of the omnibus fact in the sociological concept of Pierre Bourdieu. Prakticheskij diskurs vysshej shkoly (pp. 7–10). Bryansk: RIO BSU. (In Russ.)
5. Primakov, V. L. (2019). Mediatizatsiya sovremennogo obshchestva kak faktor social'noj regul'yacii = Mediatization of modern society as a factor of social regulation. In Kuleshova, A. V. (ed.), Social engineering: how sociology is changing the world (pp. 29–34) : Proceedings of the IX International sociological Grushin Conference, March 20–21, 2019. Moscow: VTSIOM. (In Russ.)
6. Goryacheva, O. N., Yakovleva, M. G. (2022). Gumanisticheskie riski cifrovogo razvitiya obshchestva: analiz rabot zarubezhnykh avtorov = Humanistic risks of digital development of society: an analysis of the works of foreign authors. Modern studies of social problems, 14(2), 78–93. (In Russ.)
7. Budanov, V. G. (2022). Evolyuciya Super-umvel'ta sociotekhnootroposfery i konstruirovaniye budushchego = Evolution of the Super-umwelt of the socio-techno-anthroposphere and the construction of the future. In Budanov, V. G. (ed.), Modern problems of the socio-techno-anthroposphere (pp. 6–28). Kursk: University Book. (In Russ.)

8. Ivanov, A. V. (2018). Digital religion. Nov. ser. Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy, 18(4), 377–381, doi: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-4-377-381> (In Russ.)
9. Grieve, G. P. (2013). Digital religion. In Campbell, H. (ed.), Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds (pp. 104–118). N.Y.: Routledge.
10. Campbell, H. (2012). Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. Journal of the American Academy of Religion, 80(1), 64–93. doi:10.1093/jaarel/lfr074.
11. Pavlova, E. V. (2022). Rol' Instagram dlya muzeev v period COVID-19 lokdauna i posle nego = The role of Instagram for museums during COVID-19 lockdown and after it. Information Society, 1, 17–25. (In Russ.)
12. Badell, J. I. (2015). Museums and social media: Catalonia as a case study. Museum Management and Curatorship, 30(3), 244–263.
13. Museums and COVID-19: 8 steps to support community resilience (2021). ICOM. <https://icom.museum/en/news/museums-and-covid-19-8-steps-to-support-community-resilience/>
14. Digital Culture: the changing dynamics (2008). Zagreb.
15. Gere, C. (2002). Digital Culture. London, Reaktion Books.
16. Aseeva, I. A. (2019). Ethical challenges of the digital age. Proceedings of the Southwest State University. Seriya: Economics. Sociology. Management, 9, 3(32), 202–212 (In Russ.)
17. Baeva, L. V. (2020). Information ethics in the conditions of development of electronic culture. Information Society, 6, 36–46. (In Russ.)
18. Kurpatov, A. V. (2020). Transformaciya cheloveka v cifrovuyu epohu = Human transformation in the digital age. <http://council.gov.ru/media/files/Ot0dsAsc1Fas5qV3yRy5R5EqmQhnFTAo.pdf>. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Асеева Ирина Александровна

доктор философских наук, профессор

профессор кафедры философии и социологии Юго-Западного государственного университета

ORCID: 0000-0002-4172-7762

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Aseeva Irina Alexandrovna

Doctor of Philosophy (Dr. habil.), Professor

Professor of Philosophy and Sociology Department, Southwest State University

ORCID: 0000-0002-4172-7762

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

26.12.2022
23.01.2023
30.01.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication