

УДК 1:124.5

DOI: 10.26456/vtphilos/2024.3.102

МОРФОЛОГИЯ ЦИФРОВОЙ АКСИОСФЕРЫ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ДИНАМИКА ЦЕННОСТЕЙ

А.В. Тимофеев

ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева», г. Самара

Рассматривается влияние на аксиосферу ее социокультурного пространства. Многие аспекты бытия социума стали изменяться под влиянием цифровой аксиосферы. Субъектами аксиосферы могут быть отдельный индивид, группа, социокультурная группа, человечество в целом. Любой субъект – актер Сети. Интернет обладает двойственностью и ценностной противоречивостью. Это особая форма бытия со своей сложной онтологией и внутренней логикой функционирования и развития. Он отличается самодетерминированностью и способностью к саморазвитию. Формируемая на основе и с помощью Интернета цифровая аксиосфера – это нелинейная многоуровневая самоорганизующаяся система, стремящаяся к усложнению функциональной информации ее элементов и структуры. В структуре функционального пространства Сети выделяются прагматические (утилитарные) ценности (деловые, экономические, социально-организационные, психоутилитарные) и духовные (неутилитарные), т. е. экзистенциальные, мировоззренческие, этические и эстетические ценности. Иногда выделяется три базовых группы ценностей аксиосферы: функциональные, общезначимые и индивидуальные. Представленные в рамках цифровой аксиосферы ценности можно разделить на организационно-функциональные, социально-мировоззренческие и личностно ориентированные экзистенциальные ценности.

Ключевые слова: аксиосфера, морфология, ценности, динамика, ценностная ситуация.

Специфика аксиосферы, равно как и ее структурная оформленность, всегда детерминированы социокультурным пространством и существуют в конкретно-историческом времени. Одним из первых этот важный для понимания аксиосферы принцип выделил и обосновал Г.П. Выжлецов [3]. Он же заметил, что в рамках одной и той же исторической эпохи могут параллельно функционировать разные ценностные системы. В унисон с данными наблюдениями Г.П. Выжлецова М.С. Каган ввел и начал использовать терминологическое обозначение «ценностная ситуация», что предполагает обязательное признание и учет роли в ней субъекта, осуществляющего оценку. И, что, пожалуй, самое важное, ценностная ситуация напрямую связана с аксиосферой культуры (учитывая также возможность осуществления обратного воздействия), поскольку возникновение любой ценностной ситуации всегда происходит не в изолированном абстрактном измерении, а в определенной социокультурной среде.

© Тимофеев А.В., 2024

По аналогии с аксиосферой культуры в целом, в рамках цифрового общества формируется особая «цифровая аксиосфера», которая, соответственно, является социокультурно зависимой от своей среды – цифрового общества. Сегодня мы можем наблюдать становление цифровой аксиосферы в качестве существенной части фундамента современной культуры и социальной жизни в целом. Аксиосфера цифрового общества конструируется и моделируется на основе существующей в нем системы ценностей, но при этом оказывает на нее существенное воздействие. Будучи неотъемлемой частью бытия современного социума, цифровая аксиосфера связана с ним диалектически: с одной стороны, она напрямую зависит от развертывающихся в нем социальных нововведений, с другой – она сама способна выступать мощным индикатором трансформаций личности и общества в целом.

В современных условиях уже совершенно ясно, что некоторые аспекты социального бытия могут сильно изменяться под влиянием цифровизации аксиосферы и сопутствующих этому процессу ценностных трансформаций. Сам «опыт истории свидетельствует о невозможности избавления человечества от противоречий, имманентно сопутствующих социокультурной жизни» [4, с. 346]. По всей видимости, в истории культуры всегда будут иметь место подобного рода противоречия, выступающие в качестве мировоззренческого основания для перезагрузки уже имеющихся ценностных установок и ориентаций. Именно они «...принимают на себя удары архитектурных подвижек культуры. Гипертрофия тех или иных ценностных интенций в определенную эпоху задается целым комплексом причин и всегда имеет компенсаторные механизмы» [5, с. 57]. Поэтому ценности цифрового общества по определению не могут существовать в отрыве от ценностей общества «вообще».

В первом случае подразумеваются радикальные изменения в отношении человека к миру и к себе самому. Из интеллектуально-духовной сферы приоритетное внимание субъекта смещается на области материального и телесно-вещественного. Следствием этого становится подмена знаниевого и просвещенческого идеала культом естественности и удовольствия. Также имеет место отказ от бескорыстного стремления к истине в пользу утилитарных и прагматических суждений. Творческий подход трансформируется в потребительский, взамен реальных взаимоотношений пропагандируются виртуальные, вместо ценностей физического бытия – пребывание в игровой среде и т. д. (см.: [1, с. 22]). Во втором случае в качестве аксиологических приоритетов цифровизации по-прежнему позиционируются традиционные ценности, такие как права человека, его свобода и ответственность. При этом намечаются перспективы «согласования» многообразных норм и ценностей современного социального уклада с принципами гуманизма, толерантности, справедливости (см. подр.: [7]).

Современные исследователи выделяют совокупность субъектов цифровой аксиосферы. Это может быть отдельный индивид, контактная группа, численность которой варьируется от малой до весьма существенной благодаря

технологическому потенциалу сети Интернет, большая неконтактная социокультурная группа, а также совокупный субъект (человечество в целом).

Н.И. Яблокова делает следующее замечание по поводу субъекта сетевого общества и, соответственно, его аксиосферы: «его субъекты – разнообразны, их нельзя причислить к какой-то одной социальной группе, страте, культуре. Все, что их объединяет – это представление о самой коммуникации как ценности (речь идет о цифровых коммуникациях, в частности, через Интернет) и активное участие в социальных сетях. Если попытаться дать краткое определение субъекта сетевого общества – это актор в глобальной Сети. Опять же в качестве актора могут быть как отдельные индивиды, выступающие от собственного имени, так и индивиды, представляющие те или иные организационные структуры (государственные структуры, бизнес-структуры, общественные организации и пр.)» [13, с. 102].

Иногда структурированную подобным образом цифровую аксиосферу называют «аксиосферой Интернета» – «...определенным образом иерархизированной, многомерной, относительно устойчивой совокупностью исторически сложившихся ценностей Интернета, которые представляют собой обобщенные представления о наиболее значимых процессах и явлениях в пространстве сети, воспринимаемых пользователями как благо» [12, с. 81].

Особенности функционирования цифровой аксиосферы и ее взаимодействия с массами людей (благодаря использованию ими средств «массовой» информации) не могут быть поняты вне четкого осознания аксиологического аспекта проблемы, учета системообразующего воздействия медиасреды на социум. В современном мире именно цифровая аксиосфера выступает фундаментальным основанием, регулирующим поведение и деятельность человека как пользователя цифровой медиасреды. При этом самым принципиально важным сегментом современного медиапространства, безусловно, является «территория Интернета», «внутренне... невероятно разнообразного, многоликого, мультикультурного, мультиплицированного и индивидуализированного миллионами субъективностей...» [6, с. 11].

«Все его информационно-порождающие и рецептивные процессы, контенты и тексты имеют сплошь ценностный характер: пронизаны ценностными смыслами, окутаны множественными ценностными “аурами”/ореолами, высокоэмоционально, напряженно и экспрессивно (а это атрибутивные симптомы обнаружения ценности) вызывают противоречивые и активно конкурирующие оценочные реакции субъектов медиасферы и наблюдателей-экспертов» [6, с. 11]. Т. к. ценности всегда связаны с конкретными проявлениями реального мироустройства и развертывающейся на его фоне человеческой активностью, важнейшей онтологической детерминантой аксиологически ориентированного исследования пространства Интернета является признание его принципиальной амбивалентности.

Большинство современных исследователей отмечают двойственность и ценностную противоречивость как самого Интернета [6, с. 14], так и кон-

струируемой в его рамках и функционирующей на его основе цифровой аксиосферы, которой приписывается ряд антиномичных по своей природе качеств. Цифровая аксиосфера, будучи по своей природе духовным явлением, способна к качественной перестройке, модификации в обновляющихся социальных реалиях. И, что становится сегодня совершенно очевидным, темп протекания данного процесса существенно превышает все прочие трансформации, развертывающиеся во многих областях современной культуры.

Интернет – мощнейший, эффективнейший и очень эргономичный технико-технологический инструмент, ставший неотъемлемой частью экономики, культуры и системы управления. Создаваемая на его фундаменте виртуальная реальность выступает как своеобразное продолжение или «удвоение» социальных практик: в ней наличествуют сходные варианты социальных отношений (в том числе экономических – феномен «цифровой экономики»), дублируется функционирующая в реальном обществе система институтов власти, присутствует социальная дифференцированность субъектов разной степени общности со свойственными им мировоззренческими ориентациями, политической ангажированностью, идеологическими установками и пр. Учитывая подобное комплексное воздействие на виртуальную среду со стороны социума, следует признать онтологическую, а следовательно, и аксиологическую несамостоятельность последней.

Интернет становится особой формой бытия, обладающей своей сложной онтологией и внутренней логикой функционирования и развития. Это подтверждается «...неуправляемостью формирования и развития Сети, которая функционирует по своим собственным законам и не подчиняется никому конкретно» [9, с. 25].

Главные признаки самостоятельного бытия – его самодетерминированность и способность к саморазвитию. Антропомерная по своей структурной организации реальность обладает собственными сообществами и развертывающимися между ними специфическими социальными взаимоотношениями. Поэтому вместо иерархичности общества традиционного типа в «сетевом» мире доминирует «горизонтальное» (в терминологии М. Кастельса) устройство (см.: [8, с. 494]) со своими специфическими ценностными ориентациями и механизмами.

Формируемая на основе и с помощью Интернета цифровая аксиосфера – это нелинейная многоуровневая самоорганизующаяся система, стремящаяся к усложнению функциональной информации ее элементов и структуры. Получается, что на каждом новом витке эволюции цифровой аксиосферы трансформируются не только взаимосвязи включенных в ее состав разнообразных видов ценностей, но и само положение, которое они занимают в ценностной иерархии. В этой связи неизбежно возникает вопрос: является ли эта «...многомерная дополнительность хаотическим соседством различных плоскостей или же существует некая закономерность общего строения?» [2, с. 90].

Таким образом, приоритетным направлением развития современного общества является совершенствование цифровых технологий, их масштабное распространение в рамках всей планеты и обеспечение максимально всеохватного доступа к цифровым ресурсам, прежде всего посредством компьютерных сетей.

Сходные тенденции наблюдаются и в связи с рассмотрением аксиологического статуса интеллекта. В современном мире все чаще фигурируют рассуждения об интеллекте в контексте рыночных отношений. При этом большое значение придается так называемому организационному интеллекту и интеллектуализации бизнеса, признается безусловная ценность интеллектуального потенциала и интеллектуальных ресурсов как факторов получения экономической выгоды. Безусловно, эти аспекты важны и заслуживают того, чтобы стать предметом целенаправленной философской рефлексии в условиях становления современного цифрового общества.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что формирование цифровой аксиосферы связано с переосмыслением большинства классических ценностей (таких как истина и знание) и возникновением ряда новых, обусловленных реалиями уже эпохи цифровизации (информация, интеллект и др.). Их совместное сосуществование и диалектические взаимопереходы требуют осмысления, сопоставления, демаркации и типологизации.

В профильной литературе уже представлен ряд интересных попыток, ставящих целью структурирование аксиосферы. В одной из них ее «высшим уровнем» провозглашаются «...ценности, которые как фундаментальные значимости и культурные смыслы в форме мировоззренческих, нравственных и профессиональных установок задают направление и мотивацию деятельности в сфере Интернета всех его субъектов» [12, с. 82]. Им противопоставляются «антиценности», которые, в силу отсутствия в них морально-нравственной составляющей (кибервандализм, терроризм, продукция криминального и порнографического содержания), представляют ценность лишь для отдельных пользователей Сети.

В структуре функционального пространства Сети выделяются прагматические (утилитарные) и духовные (неутилитарные) ценности. Первые подразделены на деловые, экономические, социально-организационные и психоутилитарные ценности; вторые – на ценности экзистенциальные, мировоззренческие, этические и эстетические (см. подр.: [6, с. 16–24]). Существует также классификация, основанная на опыте осмысления ценностей большинством пользователей Интернета и синтезе их ведущих интересов, в рамках которой представлены три основные группы ценностей цифровой аксиосферы: функциональные, общезначимые и индивидуальные (см. подр.: [12, с. 83–85]). Иногда структура современной аксиосферы рассматривается в двух основных проекциях: аксиосфера Интернета в целом и система ценностей отдельных акторов сети.

Безусловным приоритетом в культуре организаций сетевого типа обладают такие ценности, как коммуникативность, открытость, равноправие,

доверие, инициативность, полицентричность, независимость, креативность и инновационность [12, с. 189–192].

Представленные в рамках цифровой аксиосферы ценности можно разделить на организационно-функциональные, социально-мировоззренческие и лично ориентированные экзистенциальные ценности. Они располагаются именно в такой последовательности, поскольку в процессе развития цифровой медиасреды сначала обозначились технические ценности, необходимые для ее организации и исправного функционирования, затем сформировался комплекс социально значимых ценностей мировоззренческого порядка, ориентирующих пользователей в их взаимодействиях с медиасредой, задающих рамки и параметры такого рода взаимодействия. И только потом, в практике реального пользования цифровыми ресурсами, начали утверждаться экзистенциальные ценности, реализуемые конкретной личностью в пространстве современной цифровой медиасреды.

В своей совокупности ценности организационно-функциональной группы делают Интернет удобным в применении и потому все более привлекательным для возрастающего в геометрической прогрессии числа пользователей, в том числе тех, которые не очень некомпетентны в технических вопросах. Ценности организационно-функциональной направленности – основополагающие, базисные в структуре цифровой аксиосферы, т. к. именно они выступают гарантом успешности и качества операций, производимых в пространстве интернет-среды. Кроме того, они служат основанием, на котором выстраивается весь последующий аксиологический ряд, включая ценности всех прочих уровней и компонентов иерархии. Примером может служить весьма распространенная в Сети гипертекстовая организация информации, без которой существование и использование колоссального массива электронных ресурсов было бы попросту невозможным. Оно обеспечивается именно посредством гипертекстовых связей и ссылок.

Долгое время безусловной ценностью социального бытия считалась присущая ему стабильность организационных структур и развертывающихся между ними связей. В противоположность этому цифровое общество организовано на принципах динамичности и подвижности. Более того, стабильность вообще исключается из числа ценностных приоритетов цифровой аксиосферы, поскольку она в некоторых отношениях тормозит процесс развития и является препятствием для инноваций и творческих инициатив. Взамен стабильности в современной цифровой аксиосфере выдвигается совокупность альтернативных ценностей, таких как маневренность, подвижность, динамика. Как следствие, Сеть оказывается организована по принципу свободного функционирования в ней множества разнонаправленных звеньев, которые беспрепятственно к ней подключаются и так же легко отключаются в любой промежуток времени. Жесткие связи в сетевых отношениях отсутствуют.

В целом современный человек как субъект-пользователь Сети нацелен на новаторство и динамизм, мировоззренческий и когнитивный плюрализм, на ознакомление с альтернативными и конкурирующими позициями. Последнее представляется необходимой предпосылкой расширения кругозора и формирования толерантности, обеспечивает свободу выбора и селекции информации в объемах, оптимальных для пользователя. Поэтому обеспечивающий все эти необходимые качества гипертекст может быть квалифицирован в качестве функциональной ценности цифровой аксиосферы. Аналогичное умозаключение может быть сделано и в отношении виртуальной реальности, которая, будучи неотъемлемым атрибутом Интернета, обладает колоссальным потенциалом порождения новых культурных идентичностей и моделей субъективности.

Как уже отмечалось выше, к числу социально-мировоззренческих ценностей современной цифровой аксиосферы могут быть отнесены ценности надындивидуального характера – предельные, универсальные, общезначимые, выходящие за рамки функционального устройства Сети и сознания ее единичного пользователя. Одной из таких ценностей является информация. Впоследствии к непререкаемой ценности свободного информационного обмена прибавился еще целый ряд фундаментальных мировоззренческих ценностей, но именно информация по праву считается исторически первой и, если можно так выразиться, осознанной ценностью современного цифрового общества.

Свобода в ее современном понимании дает человеку возможность конструировать собственный виртуальный мир, пребывать в нем и трансформировать его по своему усмотрению, не зависеть (конечно же, в относительной степени) от социума, иметь возможность самовыражения, ничем не ограничиваемого обмена мнениями и мыслями. В Интернете человек становится свободным от всяческих преград: здесь нет запрещенных тем, интеллектуальных и моральных табу. Осуществление коммуникации с использованием новейших цифровых технологий предоставляет людям немислимые ранее возможности контактов между отдельными индивидами и целыми группами. Такое дистанционное взаимодействие разрушает социальные, возрастные и гендерные границы, выводя своих участников за рамки отдельно взятых национальных культур, а также реально доступного им пространственно-временного хронотопса.

Свобода цифрового мира в сущности своей антропомерна, т. к. она есть свобода выбора человеком любых социокультурных ролей и практик, заключенных в колоссальном, но потенциально доступном ему информационном многообразии. В конечном итоге только от человека зависит, как именно он будет распоряжаться доступными ему ресурсами и какие из них он предпочтет использовать в той или иной сложившейся ситуации. В пространстве интернет-среды человек не только осуществляет свое реальное право на свободу, но и оформляет его содержательно путем наделяния

информационным смыслом и значением, выявления его экзистенциального и онтологического потенциала.

Присущая человеку свобода самовыражения влечет за собой ряд дополнительных аксиологических перестановок, способствующих росту личной креативности и новаторства. Причем последнее приобретает абсолютно новый смысл и значение в условиях цифровизации. Прежде способность к новаторской деятельности, конечно, ценилась как субъективное качество, но на фоне всех остальных индивидуализированных свойств субъекта, в принципе, была необязательной во время доминирования массового, однотипного производства. В цифровую эпоху производитель, напротив, все более ориентируется на создание адресной продукции, на предоставление уникальных товаров и услуг, а также предоставление конкурентных преимуществ инициаторам разного рода нововведений. От этого в конечном счете выигрывает потребитель, которому предоставляется возможность осуществления свободного выбора между схожей продукцией и получения продукта, требующегося ему, надлежащего качества. Таким образом, ценности новаторства и динамичности становятся неотъемлемыми компонентами современной цифровой аксиосферы.

Путем интенсификации когнитивной активности человека Интернет выводит его на принципиально новый уровень мировосприятия и коммуникации в сфере образования и научных исследований, при обмене информацией, знаниями и опытом. Немаловажными в рамках современной медиасреды являются также предоставляемые ей возможности применения технологий дистанционного обучения, заочного участия в научных конференциях, доступность масштабных онлайн-библиотек. Все это создает поистине уникальные возможности для познания и самообразования в индивидуальном, максимально подходящем для конкретного пользователя временном режиме.

Естественно, на первоначальном этапе цифровизации аксиологический статус познания еще не осознавался в качестве приоритетного, поскольку главной задачей этого первичного этапа было создание самой цифровой инфраструктуры. Однако впоследствии, когда технологии уже были внедрены и позволили свободно и с высокой скоростью обмениваться информацией и знаниями, познание стало поистине универсальной ценностью в структуре современной цифровой аксиосферы. Вместе с тем чрезмерная активация когнитивной активности субъекта влечет за собой некоторые следствия негативного порядка, например, проблему информационной перегруженности или наличия в Сети большого количества информационного мусора.

Существует и еще одна важная в рамках цифровой эпохи проблема, связанная с возрастающим дефицитом ответственности: каждый индивид, каждый актер сети способен сгенерировать и широко распространить некоторое сообщение или информацию, которая оказывает серьезнейшее влияние на состояние системы в целом. При этом такой индивид может с легко-

стью оказаться источником реального и очень большого риска для существования общества (разоблачения, дезинформация, хакерские атаки с целью негативных действий для незаконного использования каких-то активов или воровства, для разрушения или, наоборот, для активного использования современных систем вооружений, выбросы вредных веществ и т. п.) (см.: [14, с. 33; 11, с. 82]).

Наличие в структуре аксиосферы личностно ориентированных экзистенциальных ценностей обусловлено спецификой ценностного взаимодействия человека с окружающей средой. Существование большинства ее объектов является аксиологически нейтральным в силу их независимости от человека. Их значимость не осознается ценностью до тех пор, пока не будет совершен акт их оценивания субъектом. Тем самым знаменитая гносеологическая формула «Без субъекта нет объекта» оказывается в полной мере действенной и в отношении аксиологии. В соответствии с ней до осознания субъектом ценностного статуса объекта данный объект для него как бы не существует. Но как только субъект формирует определенное ценностное суждение на основе личного переживания и опыта, объект моментально приобретает аксиологический статус. Прекрасной иллюстрацией вышесказанному является возможность выбора, предоставляемого индивиду Сетью для творчества и самовыражения.

Следует также заметить, что ценностные суждения, высказываемые в отношении современной цифровой медиасреды, могут признаваться только в контексте самой этой медиасреды. Они имеют смысл и значение только для тех пользователей, которые разделяют данные убеждения и чей экзистенциальный опыт является близким и родственным. В этом смысле цифровая аксиосфера может быть интерпретирована как совокупность ценностей, значимых для большинства пользователей современной медиасреды, затрагивающих ее внутреннее и внешнее строение, особенности функционирования и развития. Такой подход выводит на повестку дня вопрос о выделении в структуре цифровой аксиосферы экзистенциальных ценностей, имеющих значимость для каждой конкретной личности.

В отличие от ценностей функционально-организационных или социально-мировоззренческих, ценности экзистенциальные являются более многочисленными, подвижными и изменчивыми. Они сильнее зависят от разных факторов, в частности, от внешнего влияния среды на индивида. Многие из них могут быть выведены путем экстраполяции базовых ценностей современной культуры на область цифровой аксиологии. На этом основании можно выделить основные виды личностно-экзистенциальных ценностей, проявляющих себя в цифровую эпоху: творчество, самовыражение, отдых, развлечение, досуг, игра. Вышеназванные комбинации ценностей Интернета зависят от позиции и статуса индивида в сетевом пространстве.

Предоставляемая Интернетом свобода самовыражения человека проявляется не только через посредство жанровой содержательности, но и

в аксиологическом ключе. Активно применяемые пользователями технические средства и современные программные приложения позволяют освоить, хотя бы на уровне первичного приближения, азы многих творческих профессий. При этом у человека появляется уникальная возможность осознания и экзистенциального переживания своих творческих способностей, своего «демиургического» места в мироздании, что связано с обретением им полноты бытия, чувства самовыражения и самоутверждения. В творчество вовлекается все большее число людей, осознающих и утверждающих свободу, право и экзистенциальную ценность добровольного создания текстов.

Безусловными экзистенциальными ценностями цифровой аксиосферы являются также отдых и развлечение. А поскольку отдых является обязательным условием нормального физического и психического функционирования человека, важнейшей сферой повседневной жизни человека в цифровом мире должны быть признаны также развлечения и досуг. Причем они становятся не просто насущной экзистенциальной потребностью индивида, а чем-то значительно бóльшим. Речь идет о том, что современный «...потребитель подходит к организации своего свободного времени высокотехнологично... Он превратил свой досуг в дело, вид деятельности» [5, с. 55].

Многие современные исследователи отмечают смещение ценностного сознания современного человека от ценностей труда к ценностям досуга и развлечений (см., напр.: [10, с. 12–18]). Подобный «крен в развлекательность как жизненную стратегию» можно считать своеобразной защитной реакцией на отсутствие социальной стабильности и устойчивых мировоззренческих ориентаций современного общества.

Повышенный спрос на развлечения оказался столь высоким по ряду причин: во-первых, техногенная деятельность человека способствует исчезновению многих традиционных форм и мест отдыха; во-вторых, для многих становится затрудненным доступ к экологически чистым объектам природы. Как следствие, у жителя современного мегаполиса (а в будущем – «умного города») высвобождается большое количество свободного времени. В-третьих, актуализируется ряд психологических причин, связанных с дефицитом времени, отсутствием сил и быстрой утомляемостью, низким уровнем стрессоустойчивости, с элементарной психофизической перегрузкой и усталостью от монотонности быденной жизни.

В совокупности все вышеперечисленное стимулирует увеличение количества времени, затрачиваемого индивидом на проведение досуга в Сети. Досуговая деятельность в цифровом мире основана на совершении добровольного выбора в пользу той или иной разновидности развлекательных процедур. В ней также предоставляется возможность частой смены предпочитаемой разновидности развлечения и ее комбинирования с прочими типами занятости. Подобное времяпрепровождение является чрезвычайно популярным, что обусловлено в первую очередь тенденцией моды на него, а также рядом прагматических факторов, а именно его относительно

низкой себестоимостью, отсутствием затрат времени на перемещение в пространстве (до концертного зала, кинотеатра и пр.), возможностью получения беспрепятственного и быстрого доступа ко всему спектру развлечений, предоставляемых современной цифровой инфраструктурой.

Одной из самых популярных форм развлечений, отдыха и проведения досуга в Интернете является игровая среда. Ценность игры обусловлена не только ее непреходящей значимостью как необходимой и специфичной разновидности человеческой деятельности («*homo ludens*» Й. Хейзинги), но и теми возможностями, которые могут быть реализованы индивидом только и исключительно в пространстве Сети. Последние версии популярных Интернет-игр не только дают их участникам заряд положительных впечатлений и эмоций, помогают выплеснуть агрессивные наклонности (фрейдовский «инстинкт смерти») и снять стресс, но и обеспечивают опыт анализа собственных достижений и неудач, способствуя тем самым формированию у человека более дифференцированного самосознания. Кроме того, они могут использоваться в воспитательных целях в качестве уникального средства психокоррекции.

Как упоминалось выше, наиболее важной причиной роста числа игроков в развитых странах можно считать увеличение количества свободного времени из-за формирования обществ, активно использующих высокие технологии в производстве и организации быта, благодаря чему резко меняется профессиональная структура таких обществ, в которых большая часть населения не занята тяжелым физическим трудом и может позволить себе освободиться от повседневных домашних обязанностей. Важным фактором распространения игровой культуры также можно считать вступление общества в эпоху постмодерна, что, в свою очередь, укрепляет статус игры как основной формы существования человека в мире. Данная тенденция доминировала в культуре западного типа еще в XX столетии, где появилась идеология укрепления индивидуального микросоциума и противопоставления его макросоциуму, усилились культ субъекта и идея доминирования его интересов, начало утверждаться первенство визуального по отношению к смысловому.

На современном этапе развития компьютерная игровая индустрия нацелена на вовлечение максимального числа игроков. Для многих из них онлайн-игры являются уже не просто развлечением – они стали артефактами современной культуры (наравне с фильмами, музыкой и искусством). Это моделирование особого виртуального мира является эффективным способом создания иллюзии подлинной реальности, которую человеческая психика зачастую воспринимает. Чем более реалистичной и захватывающей становится игра, тем сильнее ее психологическое влияние на игрока. Основная цель маркетинговой политики состоит в разработке игр, способных вызвать яркие и интенсивные переживания, погружая игроков в виртуальную реальность. При этом техническая составляющая используемого игрового механизма относительно проста и подробно исследована в научной среде.

За счет своей уникальной возможности перенесения из реальности в иллюзорный мир компьютерные игры набирают все большую популярность. С психологической точки зрения желание игрока отстраниться от настоящего мира и погрузиться в виртуальную реальность основывается на потребности удовлетвориться. Имея свои собственные мечты и желания, которые невозможно воплотить в реальности, игрок, однако, находит их реализацию в виртуальном мире, тем самым исполняя свои недостающие в реальной жизни потребности. Однако при этом он часто забывает о том, что виртуальная игровая реальность лишь симулирует реальную жизнь, т. е. отражает несуществующую реальность.

Анонимность в процессе игры раскрепощает общение, это особенно привлекательно для тех, кто испытывает трудности с коммуникативным взаимодействием в реальном мире. В компьютерных онлайн-играх возникает иной мир, где партнером по игре может выступать противоположный сущности человека и даже провоцирующий образ, который, как и сама виртуальная среда, является неподлинным, т. е. виртуальным. Следует также отметить, что в ходе развития подобных форм виртуального игрового общения развиваются не только коммуникации: здесь встречаются и обман, и интернет-мошенничество, и прочие феномены негативного порядка. Но в целом игра является безусловной ценностью в составе современной цифровой аксиосферы.

В завершение проведенного рассмотрения отметим также, что цифровая аксиосфера, включающая в себя комплекс функционально-организационных, социально-мировоззренческих и личностно ориентированных экзистенциальных ценностей, естественно, не может рассматриваться в качестве раз и навсегда заданной, стабильной и неизменной. В том случае, если имеют место трансформации социальных, культурных, экономических и пр. связей и отношений, это неизбежно накладывает отпечаток на аксиосферу, заставляя пересматривать ее содержание, структуру, свойственную ей, и иерархию ценностей.

Исследователи сходятся во мнении, что «архитектоника социокультурного пространства предполагает перманентные подвижки – более или менее явные и результативные. И ценности в данном случае выступают “лакмусовой бумагой”, обозначают происходящие процессы» [5, с. 52]. Этот процесс может идти и в обратном направлении, т. к. «культурное единство результирует из определенного порядка взаимоотношения между ценностными сферами» (см.: [4, с. 339]). Последние, в свою очередь, оформляются на основе ценностей, доминирующих в рамках того или иного конкретно-исторического культурного образования. Следовательно, аксиосфера (в том числе и цифровая) является исторически изменчивой, сущностно разнообразной и структурно неоднородной. Входящие в ее состав структурные элементы находятся в сложной диалектической взаимосвязи и взаимозависимости.

Цифровая аксиосфера включает в себя всю многогранную систему ценностных отношений, в рамках которых осуществляют взаимодействие создатели и пользователи цифровой медиасреды. Характер, направленность и содержание процесса формирования цифровой аксиосферы напрямую коррелируют с процессами трансформации современного общества. С одной стороны, динамика цифровой аксиосферы приводит к утверждению в общественном и индивидуальном сознании прогрессивных мировоззренческих ценностей, таких как информация, творчество, свобода и пр., но с другой – влечет за собой ряд негативных мировоззренческих последствий. Это, например, умножение противоречивости духовного бытия как на индивидуальном, так и на социальном уровне его проявления, возрастание фрагментированности сознания, отторжение сложного знания, обесценивание поиска истины.

В гипертрофированном виде ключевые ценности цифровой аксиосферы несут в себе угрозу полного погружения в виртуальный мир, что сопровождается целенаправленным дистанцированием индивида от мира реального или даже осозанным отказом от него, формированием разного рода зависимостей (в том числе игровой или интернет-зависимости), угрозы личной и финансовой безопасности и многие другие. Тем не менее в настоящее время можно отметить общую позитивную тенденцию удовлетворения в пространстве цифровой медиасреды все большего количества духовных и интеллектуальных потребностей человека.

Список литературы

1. Баева Л.В. Информационная этика: метаморфозы классических ценностей. Астрахань: ИД «Астраханский университет», 2008. 217 с.
2. Барбрук Р. Интернет-революция. М.: Ад Маргинем, 2015. 128 с.
3. Выжлецов Г.П. Онтологическая аксиология в информационном обществе // *Философия и гуманитарные науки в открытом обществе*. 2018. № 2 (20). С. 67–81.
4. Губман Б.Л. Современная философия культуры. М.: РОССПЭН, 2005. 534 с.
5. Дробышева Е.Э. Поколение развлечений: к вопросу о ценностных основаниях поколенческой идентификации // *Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия»*. 2016. № 1. С. 50–59.
6. Закс Л.А. К исследованию аксиологии Интернета // *Известия Уральского Федерального университета. Сер. 3: Общественные науки*. 2016. № 3 (155). С. 11–24.
7. Информационная эпоха: вызовы. М.: РОССПЭН, 2010. 335 с.
8. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 494–505.
9. Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В. Психология жителей Интернета. М.: URSS, 2015. 224 с.

10. Фаулер Б. Пьер Бурдьё и теория культуры: критический анализ // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология. Реферативный журнал. 1999. № 3. С. 3–18.
11. Цыцарев А.А. Сетевое информационное общество: антропологическое измерение // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2011. № 1-1. С. 73–85.
12. Южанинова Е.Р. Аксиология Интернета и ее морфология // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 01 (150). С. 80–86.
13. Яблокова Н.И. Субъекты сетевого общества: социально-философский анализ // Социально-политические науки. 2018. № 5. С. 101–103.
14. Яницкий О.Н. Идеология и сеть // Власть. 2016. № 1. С. 30–36.

MORPHOLOGY OF THE DIGITAL AXIOSPHERE: FEATURES OF FUNCTIONING AND DYNAMICS OF VALUES

A.V. Timofeev

Samara National Research University, Samara

The article examines the impact on the axiosphere of its socio-cultural space. Many aspects of society's existence began to change under the influence of the digital axiosphere. The subjects of the axiosphere can be an individual, a group, a socio-cultural group, humanity as a whole. Any subject is an actor of the Network. The Internet has a duality and value inconsistency. It is a special form of being with its complex ontology and internal logic of functioning and development. He is distinguished by his self-determination and ability to self-development. The digital axiosphere, formed on the basis of and with the help of the Internet, is a nonlinear, multilevel, self-organizing system that tends to complicate the functional information of its elements and structure. In the structure of the functional space of the Network, pragmatic (utilitarian) values are distinguished – business, economic, socio-organizational, psychotilitarian – and spiritual (non-utilitarian) - existential, ideological, ethical and aesthetic values. Sometimes three basic groups of axiosphere values are distinguished: functional, universally valid and individual. The values presented within the digital axiosphere can be divided into organizational and functional, socio-ideological and personality-oriented existential values.

Keywords: *axiosphere, morphology, values, dynamics, value situation.*

Об авторе:

ТИМОФЕЕВ Александр Вадимович – кандидат педагогических наук, доцент кафедры информационных систем и технологий, ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева», г. Самара. E-mail: timofeev_av@list.ru

Author information:

TIMOFEEV Alexander Vadimovich – PhD (Pedagogy), Assoc. Prof. of Information Systems and Technologies Dept. of Samara National Research University, Samara. E-mail: timofeev_av@list.ru

Дата поступления рукописи в редакцию: 16.08.2024.

Дата принятия рукописи в печать: 16.09.2024