

УДК: 14. 141.2 + 008 + 130.2

ТРАНСФОРМАЦІЯ БУТТЄВИХ ВИЯВІВ ЛЮДИНИ В ПРОСТОРІ МЕРЕЖЕВОЇ КУЛЬТУРИ

Онищук Оксана

Національний університет "Львівська політехніка"

(стаття надійшла до редколегії – 1.03.2016 р., прийнята до друку – 28.04.2016 р.)

© Онищук О., 2016

Проаналізовано особливості мережевої культури, її вплив на соціокультурний простір людини, на ціннісні й комунікативні буттєві прояви. Виокремлено особливості функціонування та основні риси мережевої культури. Показано, що новий тип соціальних відносин змінює моделі поведінки людей, трансформує цінності, генерує нові культурні коди і звички.

Ключові слова: мережа, мережева культура, мережева комунікація, цінності, трансформація, ідентичність.

TRANSFORMATIONS OF THE EXISTENTIAL MANIFESTATIONS OF HUMAN BEING IN THE NETWORK CULTURE

Oksana Onyshchuk

The article analyzes features of the network culture and its impact on socio-cultural space of a human being, on values and communication existential expressions. Peculiarities of functioning and basic features of network culture are determined. The main features are: publicity, space compression, acceleration of the time, nonlinearity, semantic and axiological pluralism, impairing of the value of individuality (strengthening the value of belonging to a community instead), links with other subjects and group correlation as a result of inability of existing hierarchies of traditional structures (such as official ones) to solve human problems, publicity, dialoging, emotionality, globalism. A new type of social networking changes the people's behaviour models, transforms values, generates new cultural preferences and habits, and provides a higher level of expression of the person with the ability to match his/her real identity or stay different in network communication. There are also identity transformations under the influence of changes in socio-cultural environment, where virtual network communities play the leading role in the identification implementation. Network culture causes instability of orientations and problems with personal identity.

The network environment cannot be reduced to simple information transfer by the means of communication. It should be clear that it generates and transmits certain cultural codes. Problems which arise in this context and are related to existential manifestations of a Man can be described as medialization of a person, thinking visualization, transformation of the institute of authorship, preservation of cultural identity, new understanding of art, cultural traditions, gender characteristics, social roles.

Key words: network, network culture, network communication, values, transformation, identity.

З появою медійно-технологічних винаходів у ХХ ст. відбулися суттєві зміни суспільства загалом та людини зокрема. Стрімкий технологічний прогрес та практичне освоєння віртуального простору уможливили не лише зміни зовнішнього середовища, а й трансформацію внутрішнього світу людини, що актуалізувало питання про природу людини, підвалини її буття. Як наслідок, нові комунікаційні технології надали нових ознак і трансформували якість соціальних відносин, а мережевість стала однією з найважливіших ознак інформаційного суспільства.

Проблема осмислення інформаційних мережевих та комунікативних технологій у новій соціальній реальності сьогодні важлива й **актуальна** через появу нових соціальних реалій, ускладнення соціуму на глобальному та локальному рівнях. На думку Дж. Несбіта, "є три фундаментальні причини, чому мережі сьогодні виникають як дуже важлива суспільна форма: 1) смерть традиційних структур; 2) перенавантаження від інформаційного шуму; 3) історія невдач ієрархій. Сила традиційних мереж, таких як сім'я, церква чи сусідство, в сучасному американському суспільстві розсипається. Прогалину

займають нові мережі, які задовольняють потребу людини в приналежності до якоїсь спільноти” [10, с. 282–283]. Тобто, бачимо, що сутнісні трансформації суспільства зумовлені насамперед змінами комунікативних форм, де сучасна віддалена комунікація змінила параметри традиційної локальності соціального життя, підірвавши сімейні, родинні, сусідські зв’язки. Тому у разі спроб осмислення сучасного суспільства популярною стала концепція мережевого суспільства, яка зосереджена головню на мережево-інформаційних комунікаційних формах.

Найвідоміші дослідження мережевого суспільства знаходимо в М. Кастельса, Ж. Дельоза, Ф. Гваттарі, Дж. Несбіта. Велика частина праць про медіа та масову комунікацію, належить західним теоретикам, серед яких М. Маклюен, Г. Дебор, П. Дракер, Е. Гідденс, Ф. Джеймисон, Ж. Бодрійяр, Р. Барт, В. Вельш, Дж. Ваттімо та ін. Найвідомішими дослідниками інформаційних технологій та віртуальної реальності є Н. Бостром, В. Брікен, А. Бюль, М. Вейстейм, М. Кастельс, Г. Крокер, М. Маклюен та ін. В їхніх дослідженнях разом з перевагами новітніх технологій та розвитку інформаційної сфери наголошено на проблемах та загрозах у вигляді, наприклад, проблеми відчуження в соціумі, антропологічної кризи.

Однією з головних особливостей сучасного інформаційного суспільства є поява нової форми культури – мережевої (або інформаційно-мережевої), що постає певним рівнем розвитку інформаційного суспільства (замінивши собою попередню стратифіковану структуру). Тому метою статті є дослідження проблеми трансформації буттєвих виявів людини в мережевому суспільстві через призму його комунікаційно-ціннісних особливостей.

Насамперед треба уточнити, що терміни “мережа”, “мережева спільнота” та “соціальна мережа” є доволі близькими поняттями. Проте, у терміні “соціальна мережа” акцент робиться на організованості, структурованості з метою побудови соціальних взаємостосунків в Інтернеті, а в понятті “мережева спільнота” на розуміння, спільний дух та цінності. Спільнота може використовувати кілька соціальних мереж (наприклад, журналісти можуть використовувати Твіттер, Фейсбук, Ютуб та ін.), а соціальна мережа може об’єднувати кілька спільнот. До основних чинників, які об’єднують членів спільнот, можна зарахувати спільні ідеї, ресурси, технології, комфортність середовища, спільні форми комунікації, єдність діяльності та мети та ін. Концепт “мережа” головню застосовується в сучасній науці та філософії щодо Інтернету та соціальних мереж. Мережа постає сукупністю певних об’єктів, які

взаємодіють на основі пов’язаних ліній зв’язку, що ґрунтуються на принципах децентралізованої зв’язаності. Немає також єдиного уніфікованого визначення мережевої культури. Наприклад, український дослідник Є. Бердник пропонує тлумачити її як “інформаційно-комунікативну систему, яка пов’язує всі елементи мережі спільними цінностями, нормами, правилами, ідеями й ін., забезпечуючи цим цілісність мережі” [2, с. 53], а Л. Нургалєєва як усталення цінностей у глобальному електронному середовищі [11].

Загалом сучасні дослідники розглядають мережеву культуру як поліаспектне явище, що приходить на зміну постмодерністській культурі, до ознак й характеристик якого можна зарахувати: публічність, стискання простору (Е. Гідденс), прискорення часу (Д. Харвей, З. Бауман), нелінійність, семантичний та аксіологічний плюралізм, применшення значення індивідуальності (і, натомість, посилення значення приналежності до певної спільноти), наявність зв’язків з іншими суб’єктами і групову співвіднесеність як наслідок об’єднання через нездатність існуючих ієрархій традиційних структур (наприклад, чиновницьких) вирішувати людські проблеми (Дж. Несбіт), публічність, масову скерованість (наприклад, одночасно на кілька груп), діалогічність, емоційність, глобальність. До основних форм дискурсивних практик мережевого простору можна зарахувати поширення, тиражування, реплікацію (тобто, трансляцію в різних формах одного змісту), перекодування (один зміст у різних кодових системах), постійна актуалізація, коментування тощо. Самі ж мережеві структури є поліцентричними, а їх цілісність забезпечується ефективними каналами комунікації. Наприклад, в інтерпретації Н. Лумана [7; 8] в основі суспільства є комунікація, яка інтегрує усі потенціали людей, має власні реальність і автономність. Поширення таких структур дає змогу говорити про мережеву культуру на основі мережевих принципів. Дослідники акцентують на таких особливостях соціокультурних аспектів мережевої культури як гра образами, розмивання екзистенційного в естетичному, ігровому, штучність в буттєвих проявах, функціонування та розсіювання в симуляціях, руйнація глибини уявлень. Відтак, однією з проблем постає питання як мережева культура впливає на засадничі елементи буття людини, її світовідчуття та світосприйняття і систему цінностей. До прикладу, показовою є праця відомого сучасного німецького філософа В. Вельша “Руйнування естетики” [15], в якій він говорить про особливості сучасної естетизації, що поширилась від індивідуального стилю до теоретичного дискурсу. Більшість елементів реально естетично конструюються. Матеріальна реаль-

ність піддається впливові технологій, соціальна реальність – впливу мережі й медіа, суб’єктивна – є під впливом афектів через розпад етичних норм. Тобто, суцільна естетизація для В. Вельша означає представлення реальності в таких характеристиках, які раніше ми співвідносили лише з мистецтвом, а саме – ця реальність сотворена, мінлива, плінна, необов’язкова, позбавлена підґрунтя.

Одним з найхарактерніших виразників мережевої культури є гіпертекст, який за словами М. Кастельса [14], виражає смисли як аудіовізуальну мозаїку, а сама інформація стає надлишковою, безліч разів інтерпретованою, копійованою, коментованою тощо. Цю ситуацію так описує В. Савчук: “Інформація живе симуляцією знання. І тут не важливо чи істинна вона, чи ні, важлива лише швидкість її пред’явлення і неперервність трансляції. Модус актуальності змушує максимально зближувати те, що відбувається з інформацією про нього. Але на певному етапі проміжок стає непомітним. Реальність розчиняється в гіперреальності, що свідчить ще й про тотальне зрощення тіла того, хто продукує, передає і отримує інформацію. Людина замикається у світі вторинних зображень, а спроби пошуку референта відсилають до масмедійної реальності... Інформаційна “хвороба” уражає людину в деперсоналізованому просторі передачі щоденних новин, обміну фрагментами смислів та комутації всього з усім... Людина сама стає середовищем постійного колообігу інформації. Процес затягує, бо для видобутку і передачі інформації, для налагодження комунікації не треба зусиль” [13].

Треба наголосити, що мережево-інформаційні технології суттєво змінили доступ до інформації, швидкість мисленнєвих та комунікаційних операцій, сприйняття часу, уможливили поєднання різних точок у всьому світі й ін. (цікавими в цьому плані є, наприклад, праці З. Баумана [1]), формують картину світу, моделі поведінки, суспільну думку, самоідентифікацію і ін. Це середовище, таким чином, не можна звести лишень до передачі інформації чи простого засобу комунікації. Треба розуміти, що воно породжує та транслює певні культурні коди. Зрештою, соціальна активність все більш реалізується в мережі. Тому, проблеми, які постають в цьому контексті і пов’язані з буттєвими проявами людини, можна окреслити як медіалізацію особи, візуалізацію мислення, трансформацію інституту авторства, збереження культурної ідентичності, нове розуміння творчості, культурної традиції, гендерних характеристик, соціальних ролей та ін.

Мережева культура як комунікативно-когнітивний феномен з метою формування світоглядних принципів реалізує себе шляхом трансляції смислів як дискурсивних формул, оцінок, міфологем тощо. Базовою одиницею мережевої культури стає повідомлення (на противагу людині). Сама ж інформація мережевого простору постає дуже різномірною (імпліцитною та експліцитною, прагматичною і предметно-логічною, естетичною та семантичною тощо). Втрачає свою цінність приватність, оскільки практично усі аспекти життя виставляються на всезагальний огляд. Відбуваються також трансформації ідентичності під впливом змін соціокультурного середовища, де провідну роль у процесі ідентифікації відіграють віртуальні мережеві спільноти. Мережева культура спричинює нестійкість орієнтирів і проблеми з персональною ідентифікацією.

Прояви людини в просторі мережі відбуваються на фоні таких характеристик: легка діяльність, багато можливостей, необтяжений вибір, багато друзів, свобода дій. Зумовлено це зокрема різноманітними видами соцмереж (наприклад, Н. Семенов [12, с. 120–121] пропонує таку класифікацію: за типом (для пошуку людей, для роботи і бізнесу, для розваг, для збору новин, для відео, для фото тощо), за відкритістю інформації (відкриті, змішані, закриті), за географічним охопленням (світ, країна, регіон), за рівнем розвитку (Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0)), і різними типами спільнот (наприклад, за типами діяльності (сімейно-побутова, освітня, наукова, професійна, художня), за самоідентифікацією (релігійні, гендерні, вікові, національно-етнічні, соціального статусу), за забезпеченням (владна, силова, політична, інформаційна) [12, с. 121]. Людина перебуває в стані невизначеності, втрачається опора на вищі інстанції ціннісної вертикалі модерну, спрощуються соціальні норми і канони минулого. Техногенні інновації загрожують соціокультурній та природній реальності. Однією з важливих рис людини сучасної культури постає мобільність та гнучкість, коли іпостасі життя проявляються через динаміку, плінність. Віртуальні, медіальні симуляції стають реальнішими за дійсність. Людина опиняється в умовах соціокультурної реальності, які не підпорядковуються тотальним доктринам. Проявляється явище ацентризму, коли втрачають свою силу держави, нації, традиції, релігійні конфесії як колишні центри притягання, жоден з них не має пріоритетного значення (на противагу ціннісній вертикалі модерну. Хоча, наприклад, відомий сучасний американський дослідник Дж. Нейсбіт у праці “Мегатренди” пропо-

нує власне горизонтальну модель мережових зв'язків, які бачаться оптимальною моделлю зміни і побудови нового ефективного суспільства завдяки тому, що кожен суб'єкт постає центром у мережі [10, с. 278–282]). Люди частіше співвідносять себе з брендами (що їдять, як одягаються, де відпочивають тощо). Виникла загроза втрати ідентичності і перетворення на придаток до техносфери. Майже усі сфери життя пронизують імітаційні процеси (симулякри), які впливають на ідентифікацію людини.

Мережева культура, створюючи можливості для конструювання ідентичності, одночасно позбавляє людину стійкої основи ідентифікації через аксіологічний плюралізм і розмитість смислів (зустрічаємо, наприклад, нові поняття, пов'язані з впливом мережових технологій на ідентичність, як то “віртуальна ідентичність”, “мобільна ідентичність”, “мережева ідентичність” та ін.). Деякі дослідники акцентують на негативному впливі анонімності в мережі на ідентифікацію. Так само мережеві структури впливають на трансформації соціокультурного середовища, змінюючи традиційні аспекти життя через широке використання інформаційно-комунікативних мереж (наприклад, трансформується внутрішня структура культури слова і письма). Загальний рівень мережевої культури і суспільства загалом багато в чому залежить та зумовлений ступінню розвитку мережевого мислення як способу інтелектуального й ціннісного засвоєння інформації віртуальної реальності.

У разі осмислення онтологічної, аксіологічної природи віртуальної реальності та векторів трансформації суспільства під час переходу основних видів діяльності у віртуальний мережевий простір треба розуміти, що віртуалізація є передовсім соціокультурним феноменом, який змінює смислові та аксіологічні інтенції сучасного світу і людини у ньому, до того ж вона дає змогу людині максимально подолати одвічну суперечність між зовнішньою фізичною обмеженістю та внутрішнім відчуттям безконечності. Плюралність стилів життя, самореалізації призводять до нестабільності, ціннісної аморфності. На перший план виходять бажання людини, намагання бути іншим, свободним. Людина намагається реалізувати себе в умовах множинності смислів та інтерпретацій, правил і принципів. Швидкий темп життя веде до елімінації типових форм комунікації і призводить до появи її нових типів, нових соціокультурних практик загалом. Однією з яких і є мережева культура.

Процес комунікації в мережевому просторі переплітає елементи традиційної стійкої культури (цінності, знання, релігію) з елементами динамічної масової культури (відео, комп'ютерні ігри, блоги тощо), елітарної і популярної, часто нівелюючи межі між ними. Нові форми культури й інформаційних комунікацій (онлайн-музеї, віртуальні спільноти різного типу) трансформують комунікацію, цінності, моделі поведінки.

У сучасних медіа зростає інтерактивність, насиченість та інтенсивність образів (наприклад, у новинах збільшена частка візуального компоненту на протипагу аналітичній складовій), медіа породжують інформаційно-смислові потоки й керують ними, продукуючи образи, масову свідомість та культуру (а разом і псевдоідентичності), формуючи суспільну свідомість та її домінуючі інтенції. У цьому процесі дуже легко стати узалежненим вже тільки від безконечних можливостей віртуальної специфічної просторово-часової реальності. Ж. Бодрійяр у роботі “Симулякри і симуляції” [3] доводить, що людина в інформаційному суспільстві втрачає потребу в отриманні інформації (на відміну від людини епохи модерну, яка розглядала всі комунікаційні системи як джерело інформації, спосіб об'єднання людей, як засіб розширення власного простору і часу), а натомість узалежнюється від технічних засобів, які здатні замінити реальність. В епоху постмодерну ЗМІ симулюють культуру в різних сферах – в історії, в часі, в просторі, в комунікації, в смислах. Мережеву реальність сучасного суспільства Ж. Бодрійяр описує як штучну в основі, оскільки всі її елементи мають естетичну привабливість, що породжена штучністю цього світу.

Очевидно, що в разі глибокого занурення у віртуальний світ відбуваються зміни визначальних буттєвих виявів людини (творчості, активності, комунікації, цінностей), її свідомості та почуттів. Зміна соціокультурного простору призводить до розширення кризи ідентичності (хоча це і закономірний процес, оскільки ідентичності формуються соціальними процесами через взаємодію індивідуальної свідомості людини і соціальних структур). Мережева ідентичність є відкритою і доволі складною, дає змогу людині реалізовувати себе особливо через систему мережових взаємодій та комунікацій, у просторі яких перетинаються різні позиції і парадигми. Гнучка ідентичність поряд з мобільними соціальними зв'язками в поєднанні з відсутністю тиску єдиної моральної ідеології (згаданий раніше ацентризм) дає людині змогу діяти універсально –

логічно й адекватно щодо конкретної ситуації. Люди, об'єднані мережевою спільнотою, максимально легко можуть звільнитися від традиційних моральних чи інших обмежень. Оптимальним виходом з такої ситуації бачиться керування моральною самосвідомістю та надання пріоритетності почуттю відповідальності (етика відповідальності).

Підсумовуючи, треба сказати, що в сучасному символічному середовищі, що замінює традиційну природу, постає новою онтологічною реальністю новий тип мережевої культури, який трансформує моделі поведінки, стирає межі між різними типами культур, сприяє виникненню нових професійних груп, генерує нові культурні пріоритети, нові культурні коди, що опираються на постмодерністську синхронну концепцію простору і часу, забезпечує високий рівень самовираження в мережевому просторі. Тому необхідно усвідомлювати спектр ризиків та небезпек людини від перебування в квазісоціумі (як от, загроза цілісності особистості, ілюзія всемогутності та безпеки, гальмування механізмів вольової регуляції, маніпулятивні ризики тощо), її відповідальність за поведінку в інформаційно-комунікативних системах штучного середовища, які впливають на формування соціокультурного простору та життя людини загалом. Плинність процесів комунікації та плюральність ціннісних орієнтирів мережевого суспільства підтримується множинними інформаційними потоками, які надзвичайно важко прогнозувати, оскільки комунікативні форми сучасної культури вирівняли всіх під час комунікації і все більше легітимізують множинність смислів. “У мережевій структурі великим вирівнюючим фактором є сама інформація. Мережі егалітарні не просто тому, що всі їх учасники рівноправні. Навпаки, тому що мережі діагональні та тривимірні, вони залучають людей усіх рівнів. Але в мережі люди ставляться до інших, як до рівних, бо важлива в них саме інформація” [10, с. 283]. Ці процеси, учасником яких постає сучасна людина, а також нові моделі поведінки й ідентифікації, ціннісні орієнтири, культурні пріоритети, роблять окреслену проблематику перспективною для подальших досліджень.

1. Бауман З. Плинні часи: життя в добу невпевності / Зигмунт Бауман ; пер. з англ. А. Марчинського. – К. : Критика, 2013. – 176 с. 2. Бердник Е. А. Сетевая культура как объект социологического анализа / Е. А. Бердник // SOCIOPROSTIR: Междисциплинарный сборник научных работ по социологии и социальной работе. – 2011. – № 1. – С. 53. 3. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодрийяр;

[пер. з франц. В. Ховхун]. – К. : Основи, 2004. – 230 с. 4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской]. – М. : Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с. 5. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М., 1999. 6. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический проект, 2006. – 448 с. 7. Луман Н. Медиакоммуникации / Н. Луман. – М. : Логос, 2005. – 276 с. 8. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Практика, 2005. – 256 с. – (Серия “Образ общества”). 9. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. – М. : Жуковский: “КАНОН-Пресс-Ц”, “Кучково поле”, 2003. – 464 с. 10. Нэбит Д. Мегатренды / Д. Нэбит ; Пер. с англ. М. Левина. – М. : ООО “Издательство АСТ”: ЗАО НПП “Ермак”, 2003. – 380 с. – (Philosophy) 11. Нургалиева Л. В. Дихотомия статусной и внесtatusной культуры в условиях развития сетевого общества [Электронный ресурс] / Л. В. Нургалиева // Открытый междисциплинарный электронный журнал. Вып. 1. – Гуманитарная информатика. Томск, ТГУ, 2004. – Режим доступа: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/1/nurgalieva.htm> 12. Рождение коллективного разума: О новых законах сетевого социума и сетевой экономики и об их влиянии на поведение человека. Великая трансформация третьего тысячелетия / под ред. Б. Б. Славина. – М. : ЛЕНАНД, 2013. – 288 с. 13. Савчук В. В. Раздел I. Контуры постинформации [Электронный ресурс] / В. В. Савчук // Конверсия искусства. – Санкт-Петербург : Петрополис, 2001. – Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/text/savchuk-vv/razdel-i-kontury-postinformacii>; 14. Castells M. The Network Society: A Cross-Cultural Perspective / M. Castells. – Cheltenham : Edward Elgar, 2004. – 464 p. 15. Welsch W. Undoing aesthetics / W. Welsch; transl. A. Inkpin. – London; Thousand Oaks; California: Sage Publications, 1997. – 209 p.

1. Bauman Z. Plynni chasy: zhyttia v dobu nepevnosti / Zyhmunnt Bauman ; per. z anhl. A. Marchynskoho. – K. : Krytyka, 2013. – 176 s. 2. Berdnik E. A. Setevaya kultura kak ob'ekt sotsiologicheskogo analiza / E. A. Berdnik // SOCIOPROSTIR: Mezhdistsiplinarnyyi sbornik nauchnyih rabot po sotsiologii i sotsialnoy rabote. – 2011. – № 1. – S. 53. 3. Bodriiar Zh. Symuliakry i symuliatsiia / Zh. Bodriiar ; [per. z frants. V. Khovkhun]. – K. : Osnovy, 2004. – 230 s. 4. Bodriyyar Zh. Obschestvo potrebleniya. Ego mify i strukturyi / Zh. Bodriyyar ; [per. s fr., poslesl. i primech. E. A. Samarstroy]. – M. : Kulturnaya revolyutsiya; Respublika, 2006. – 269 s. 5. Kastels M. Stanovlenie obschestva setevyih struktur / M. Kastels // Novaya postindustrialnaya volna na Zapade. Antologiya. – M., 1999. 6. Kirillova N. B. Mediakultura: ot moderna k postmodernu / N. B. Kirillova. – M. : Akademicheskii proekt, 2006. – 448 s. 7. Luman N. Mediakommunikatsii / N. Luman. – M. : Logos, 2005. – 276 s.

8. Luman N. *Realnost massmedia* / Per. s nem. A. Yu. Antonovskogo. – M. : Praxis, 2005. – 256 s. – (Seriya “Obraz obschestva”).
9. Maklyuen M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* / per.s angl. V. Nikolaeva. – M. : Zhukovskiy: “KANON-Press-Ts”, “Kuchkovo pole”, 2003. – 464 s.
10. Nesbit D. *Megatrendyi* / D. Nesbit; Per. s angl. M. Levina. – M. : OOO “Izdatelstvo AST”: ZAO NPP “Ermak”, 2003. – 380 s. – (Philosophy).
11. Nurgaleeva L. V. *Dihotomiya statusnoy i vnestatusnoy kulturyi v usloviyah razvitiya setevogo obschestva* [Elektronniy resurs] / L. V. Nurgaleeva // *Otkryitiy mezhdistsiplinarniy elektronniy zhurnal. Vyipusk 1. – Gumanitarnaya informatika. Tomsk, TGU, 2004. – Rezhim dostupu: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/1/nurgalieva.htm>*
12. *Rozhdenie kollektivnogo razuma: O novyih zakonah setevogo sotsiuma i setevoy ekonomiki i ob ih vliyani na povedenie cheloveka. Velikaya transformatsiya tretogo tysyacheletiya* / pod red. B. B. Slavina. – M. : LENAND, 2013. – 288 s.
13. Savchuk V. V. *Razdel I. Konturyi postinformatsii* [Elektronniy resurs] / V. V. Savchuk // *Konversiya iskusstva. – Sankt Peterburg: Izdatelstvo “Petropolis”, 2001. – Rezhim dostupu: <http://anthropology.ru/ru/text/savchuk-vv/razdel-i-kontury-postinformacii>*
14. Castells M. *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective* / M. Castells. – Cheltenham: Edward Elgar, 2004. – 464 p.
15. Welsch W. *Undoing aesthetics* / W. Welsch ; transl. A. Inkpin. – London ; Thousand Oaks ; California: Sage Publications, 1997. – 209 p.