

АКСИОСФЕРА ИНТЕРНЕТА И ЕЕ МОРФОЛОГИЯ

В статье обосновывается необходимость философского осмысления Интернета и его ценностей, прослеживается история изучения систем ценностей в отечественной философии. В русле сложившейся традиции по аналогии с «аксиосферой культуры» в научный оборот вводится термин «аксиосфера Интернета», предпринимается попытка выявления ее морфологии, проводится классификация ценностей всемирной информационной сети, рассматриваются функциональные, общезначимые и индивидуальные ценности.

Ключевые слова: Интернет, философия, аксиология, аксиосфера, аксиосфера Интернета, ценности.

Актуальность философского изучения Интернета и его системы ценностей в современных условиях вызвана следующими обстоятельствами и факторами.

Во-первых, потребность в данной работе обусловлена актуальными задачами теоретического, в том числе и философского анализа процесса становления системы ценностей в пространстве Интернета.

Во-вторых, нарастающей глобализацией общественных отношений в XXI в. при усилении взаимосвязи и взаимообусловленности в жизнедеятельности всех стран и народов, что закономерно ведет к их сближению и взаимодействию. Одной из технологических основ этого процесса выступает Интернет как наиболее часто используемая в различных целях и различными субъектами сеть. Отсюда следует необходимость философского, обобщенно-интегративного анализа не только его существа и содержания, но и ценностного фундамента.

В-третьих, актуальность исследования обусловлена нарастающим кризисом духовности общества, проявляющемся в дегуманизации общественной жизни и культуры, рационализме, предпочтении материальных ценностей духовным, прагматизме и утилитаризме, непомерном приоритете личных интересов. Индустрия потребления и развлечений направлена на разжигание в человеке низших инстинктов, формирование нравственного релятивизма, формирование примитивной ценностно-ориентационной системы. В решении данной проблемы, на наш взгляд, может использоваться потенциал всемирной сети.

Понятие «аксиосфера» было введено по аналогии с понятиями «ноосфера», разработанным В.И. Вернадским и П. Тейяром де Шарденом, и «семиосфера», разработанным Ю.М. Лотманом.

К 60-м гг. XX века, в первую очередь в отечественной философской литературе, относятся первые попытки формулировки понятия аксиосферы, определения ее структуры и содержания.

Одним из первых, кто стал разрабатывать эту проблематику, был В.Н. Сагатовский. Он утверждал, что «аксиосфера – это совокупность ценностей, являющихся обобщенными устойчивыми представлениями о предпочитаемых благах и приемлемых способах их получения, в которых сконцентрирован предшествующий опыт субъекта и на основе которых принимаются решения о его дальнейшем поведении. При таком понимании аксиосферы система ценностей выступает фундаментальным основанием образа жизни» [3; 28]. В.Н. Сагатовский также предложил свой вариант структуры аксиосферы, исходя из понимания ценностноориентированной деятельности. Эта деятельность может быть «экстрагенной» (если ценности диктуются внешней необходимостью) и «интрогенной» (если ценности определяются внутренней потребностью субъекта).

В. Ядовым исследовалось понятие ценностной ориентации для изучения мотивации личности. В структуре аксиосферы культуры он выделил «ценности – нормы», «ценности – идеалы», «ценности – цели», «ценности – средства».

Г.П. Выжлецовым был выделен один из важнейших принципов существования аксиосферы культуры – ее структура всегда определяется социокультурным пространством и существует в определенном историческом времени. Но даже в этом случае в одну и ту же эпоху имеют место различные иерархии ценностей.

М.С. Каган считал, что для объективного анализа необходимо ввести понятие ценностной ситуации, предполагающей оценивающего субъекта. По его мнению, возникновение цен-

ностной ситуации происходит в социокультурной среде, а значит, аксиосфера культуры имеет прямую и обратную связь со средой (данное положение, как видим, сильно коррелирует с результатами Г.П. Выжлецова). М.С. Каганом делается вывод о том, что «аксиосфера представляет собой не простую совокупность, соседство, рядоположенность тех или иных ценностей, а их целокупность – сложившуюся в истории культуры систему конкретных форм ценностного отношения человека к миру» [1; 52]. Выделяя особенности объекта, он наделяет его такими качественными особенностями носителя ценности, как материальность или духовность, природность или социальность, жизненно-реальность или художественно-эстетичность.

Морфология аксиосферы культуры определяется М.С. Каганом онтологически – строением ценностно-осмысленного мира как многообразия форм бытия и осмысленного небытия. При этом он показал, что единственной формой бытия, которая рождает особый тип ценности и соответственно особую форму ценностного сознания, является искусство (художественная реальность). Следовательно, объекты аксиосферы культуры – это эстетические, нравственные, политические, правовые, художественные и религиозные ценности, относящиеся к сфере реального бытия и небытия (художественного вымысла).

Структура аксиосферы культуры определяется, исходя из особенностей субъекта ценностного отношения и объекта. К субъектам аксиосферы М.С. Каган отнес: 1) конкретного человека (в своей субъектной роли индивид рассматривается как уникальное, особенное в своей ролевой функции, как представитель той или иной социальной группы и как трансцендентальный субъект, представляющий человеческий род); 2) небольшую контактную группу, если она объединена общей деятельностью и управляющими ею интересами, устремлениями и мирозерцанием, выступающими в качестве «совокупного субъекта»; 3) большую неконтактную социокультурную группу, обладающую общими чертами психологии; 4) человечество в целом как совокупный субъект предельного по широте масштаба.

Мы будем рассматривать и характеризовать аксиосферу Интернета в русле сложившейся отечественной традиции, основные моменты которой приведены выше. В связи с этим под **аксиосферой Интернета** подразумевается определенным

образом иерархизированная, многомерная, относительно устойчивая совокупность исторически сложившихся ценностей Интернета, которые представляют собой обобщенные представления о наиболее значимых процессах и явлениях в пространстве сети, воспринимаемых пользователями как благо. При таком понимании аксиосферы Интернета система ценностей выступает фундаментальным основанием поведения в Интернете.

По аналогии с классификацией субъектов аксиосферы культуры, мы выделяем следующих субъектов аксиосферы Интернета: отдельный индивид, контактная группа (ее численность благодаря техническим возможностям Интернета может быть весьма существенной), большая неконтактная социокультурная группа; человечество в целом как совокупный субъект. Структура аксиосферы всегда определяется социокультурным пространством и существует в определенном историческом времени, поэтому аксиосфера Интернета также имеет прямую и обратную связь со средой, обществом, она социокультурно зависима. Действительно, в отличие от аксиосферы культуры, аксиосфера Интернета создается и моделируется уже на базе существующей системы ценностей, при этом происходит взаимодействие и взаимовлияние этих двух сущностей.

Говоря о специфике функционирования аксиосферы Интернета, хотелось бы подчеркнуть, одно из ведущих ее качеств – сочетание устойчивости, что придает всей системе стабильность и равновесие, с одной стороны, и динамизм, подвижность – с другой, вызванные самим характером Интернета, ведущей характеристикой которого является ежечасное изменение. Поэтому аксиосфера Интернета, как и любое явление духовной жизни, способна перестраиваться, модифицироваться в новых социальных условиях, но скорости этих процессов будут выше, чем в каких-либо других сферах. Как было показано выше, некоторые социальные условия также могут трансформироваться под влиянием Интернета и изменений, происходящих в его аксиосфере.

В силу того, что Интернет – относительно недавнее явление в масштабах истории человечества, только предстоит провести специальные фундаментальные исследования, отслеживающие трансформацию жизни общества под влиянием изменений, протекающих во всемирной сети. Пока же ограничимся констатацией факта: Интернет, являясь частью жизни социума, не только

зависит от тенденций в нем протекающих, но и сам способен выступать мощным фактором социальных и индивидуальных изменений. Изменение системы ценностей, с одной стороны, является условием существования и культуры в целом, и интернета в частности, с другой стороны, это закономерный, неизбежный процесс.

Пожалуй, будет обоснованным перенести те выводы, к которым пришли исследователи аксиосферы культуры, на аксиосферу Интернета, поскольку она является ее составной частью, и закономерности, действующие в чем-то целом, будут действовать и в отдельных его составляющих. Так, по аналогии, можно утверждать, во-первых, что те системы, которые являются и функциональными, и исторически развивающимися, характеризуются самоорганизующимися процессами соответственно, также с позиций самоорганизации мы можем рассматривать аксиосферу Интернета. Во-вторых, аксиосфера Интернета будет усложняться по своему содержанию и формам проявления. В-третьих, на каждом новом историческом этапе ее развития в ней будут меняться не только взаимосвязи и взаимоотношения различных видов ценностей, но и изменяться и их положение в иерархии. В-четвертых, вполне возможно, на данный момент происходит становление аксиосферы Интернета в качестве существенной части фундамента культуры и социальной жизни в целом.

При анализе ценностей какой-либо сферы деятельности человека всегда встает вопрос: является ли эта «многомерная дополнительность хаотическим соседством различных плоскостей или же существует некая закономерность общего строения?» [1; 90]. Самые большие сложности в аксиологии традиционно возникают с построением классификации. Любая классификация предполагает соподчиненность элементов системы, их иерархическую структуру. Аксиологическая сфера Интернета как техно-социо-культурного явления имеет таковую. Высшим уровнем этой структуры являются, на наш взгляд, 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. Акцентируя внимание на нравственной компоненте в установках субъектов сети, мы снимаем вопрос о признании в качестве ценностей кибервандализма, со-

здание и распространение криминальной и порнографической продукции и т. п., которые для отдельных пользователей, мы признаем, являются ценностью, но, в силу лишенности их морально-нравственного начала, категоризируются нами как антиценности и выносятся из рассмотрения в рамках данного исследования.

При выявлении морфологии аксиосферы Интернета мы принимаем тот факт, что аксиосфера любой области деятельности конституируется установлением оценочного суждения, сочетая, таким образом, в себе объективный и субъективный параметры. Объективный параметр заключается в том, что в предыдущем опыте человечества или отдельной его части уже оформилась конвенциональным образом некая система ценностей, которая предъявляется индивиду в процессе его социализации. Субъективный параметр вытекает из того, что становление индивидуального ценностного отношения происходит в сознании конкретного индивида и в конкретной жизненной ситуации. Таким образом, конкретное, эмпирическое «Я» в определенной ситуации, оценивая что-либо, не обязательно соотносит это с некоторым универсальным, идеальным воплощением той или иной ценности, а чаще соотносит со своим собственным, более или менее совпадающим с общим пониманием ценностей. Осмысление ценностей большинством членов сети возможно за счет того, что в них синтезируются ведущие интересы пользователей. Ключевые ориентиры аксиосферы Интернета были выявлены на основе совокупности ценностных суждений большого числа репрезентативных субъектов.

Нам видится уместным выделить следующих групп ценностей аксиосферы Интернета: функциональные, общезначимые и индивидуальные ценности. Мы рассматриваем их именно в таком порядке, т. к. при развитии Интернета постепенно конкретизировались сначала ценности совокупного субъекта в виде функциональных и общезначимых ценностей, а позже в индивидуальном сознании начали утверждаться ценности свободы, творчества, самопознания, самовыражения, самосовершенствования, которые можно реализовать в пространстве Интернета. При этом должно помнить, что каждую из отраслей аксиосферы Интернета нужно оценивать собственными, а не чуждыми ей мерками.

Функциональные ценности – это ценности, обеспечивающие существование Интернета не только как такового (в противном случае это были бы не ценности, а основания бытия существования данного социотехнического феномена), но позволяющие ему быть притягательным, удобным в пользовании, функциональным, привлекающим большое количество пользователей, в том числе с низкими уровнем технических знаний и умений. Ценности данной группы мы также рассматриваем как базовые, не только потому что они обеспечивают успешность и качество протекающих в Интернете процессов, но и выступают основанием для ценностей другого иерархического уровня. Например, без гипертекстовой организации информации было бы невозможно использовать весь массив ресурсов, размещенных в сети, большинство исследователей склоняются к тому, что существование и жизнь текста в сети обеспечивается только гипертекстовыми связями и ссылками; без создания виртуальной реальности невозможно было бы столь полное погружение в игровую деятельность или успешное использование обучающих программ-тренажеров; без строения Интернета по образу сети нельзя было бы организовать сетевое взаимодействие, коммуникацию беспрецедентного ранее количества участников.

Сетевая организация взаимодействия в Интернете стала существенной ценностью из-за низких расходов на создание и функционирование взаимодействия между любым количеством субъектов сети, открытости, доступности, демократизма, возможности быстро решать в такой структуре возникающие проблемы, перспективы быстрого и качественного подбора всех субъектов взаимодействия, количества и качества связей между ними, что обеспечивает сети прочность и способность перестраиваться под новые цели и задачи.

Гипертекст как нельзя лучше обеспечивает создание, хранение и использование информации научного характера, собственно, «жизнь» текста в сети, максимальную доступность для пользователя всего спектра мультимедийной информации за счет быстрого и удобного осуществления ее поиска. Применение такой технологии формирует у субъектов сети готовность ознакомиться с несовпадающими точками зрения, конкурирующими теориями, создавая предпосылки формирования толерантности и более широкого кругозора

по различным вопросам, обеспечивает свободу выбора и селектирования информации в объемах, оптимальных для пользователя. В силу вышеперечисленных достоинств гипертекста мы можем рассматривать его как неотъемлемую ценность аксиосферы Интернета.

Виртуальная реальность является неотъемлемым свойством Интернета, это понятие проявляет предельные его возможности, которые пока в силу технических особенностей не все реализованы, в частности она обладает потенциалом для порождения культурных идентичностей и моделей субъективности. Пространство виртуальности – это пространство образов, в которых человек может предстать лишь в одном или нескольких аспектах и в иных ракурсах восприятия. Виртуальность также может рассматриваться как место пересечения других реальностей (природы, социума, психики), где они получают иную форму бытия.

Общезначимые ценности – это предельные, социально, экономически или гендерно не локализуемые ценности, это ценности, выходящие за пределы сознания отдельного субъекта Интернета, т. е. ценности, носящие надындивидуальный характер.

Одной из первых ценностей, которую отмечают все исследователи и ранние, и более поздние концепции (Э. Тоффлер, Д. Белл, М. Маклюэн, Н. Моисеев и другие), является ценность свободного обмена *информацией*. Свободный и быстрый доступ к информации и обмен ею – вот главный пафос первопроходцев в сфере телекоммуникаций, компьютерных технологий и создателей первых сетей. Констатируется как свершившийся факт, что усилия, предпринятые в этом направлении, полностью оправдали себя: любому пользователю обеспечен практически мгновенный доступ к культурно-информационному пространству всего человечества с возможностью выбора из всего многообразия предоставляемой информации. Причем это многообразие и объем растут не просто год от года, но день ото дня, поднимая проблему информационной перегруженности и информационного мусора в сети.

Вслед за ценностью свободного обмена информацией, в аксиосфере сети оформился ряд других ценностей, но именно ее мы считаем исторически первой, осознанной ценностью аксиосферы.

Коммуникация в Интернете предоставляет невиданные до этого возможности открытого общения между индивидами и целыми группами. В сети не трудно найти собеседника, единомышленника, друга, создать пару, можно обсуждать любые темы, поднимать неограниченное число вопросов. Это общение позволяет раздвигать рамки социальности, возраста, пола, индивидуальных особенностей, оно не ограничено национальной культурой, временем и пространством.

Ценность *игры* в Интернете обусловлена не только значимостью игры как специфичного и столь необходимого для человечества вида деятельности, но и теми возможностями, которые можно реализовать лишь в пространстве сети. Так, интернет-игры последнего поколения способствуют более дифференцированному представлению о себе, обеспечивают опыт анализа собственных успехов и неудач, необходимыми эмоциями и положительными впечатлениями, снятие стресса и разрядку негативных агрессивных тенденций личности, а также могут использоваться в качестве психокоррекции.

Индивидуальные ценности. Существование большинства объектов окружающего мира не зависит от человека, следовательно, их значимость существует объективно, но, с другой стороны, эта значимость не является ценностью до тех пор, пока человек не совершит акта оценивания, т. е. до осознания субъектом ценности объекта она как бы не существует для него. Это ярче всего проявляется в пространстве Интернета, когда происходит выбор между возможностями творчества, самосовершенствования, свободы и т. д., предоставляемыми сетью. Как только субъект сформировал ценностное суждение на основе личного переживания, прочувствования, тот или иной объект, та или иная возможность получают аксиологический статус. Поэтому ценностные суждения относительно Интернета могут признаваться только в контексте аксиосферы Интернета и тех пользователей, которые разделяют эти убеждения, чей эмотивный опыт близок друг другу. Это остро ставит вопрос относительно выделения индивидуально значимых ценностей в пространстве сети, тем не менее, мы попытались их выявить на основе экстраполяции некоторых ценностей, бытийствующих в сфере культуры в целом, а также на основе проведенных опросов, интернет-голосования и анкетирования. Поэтому мы

выделили следующие индивидуальные ценности: свобода, познание, творчество, самовыражение, развлечение и отдых, динамичность, инициативность, новаторство. Разумеется, данная категория ценностей является наиболее обширной, подвижной и изменчивой и сильнее зависит от различных факторов.

Свобода, которая дает возможность создавать свой виртуальный мир и не зависеть (хотя бы относительно) от общества, беспрепятственно выражать себя. Интернет снимает все ограничения с индивида, нет границ, моральных, интеллектуальных ограничений, запрещенных тем.

Познание. Интернет открыл новые горизонты в образовании, научной деятельности, обмене опытом и знаниями практически с любым человеком. Помимо возможности обмена информацией созданные масштабные онлайн-библиотеки с размещенными в них полнотекстовыми изданиями надлежащего качества, онлайн-конференции, собрания научных работ, технологии дистанционного обучения создают уникальные возможности для познания, для самообразования в индивидуальном, максимально комфортном режиме по собственным образовательным траекториям. Наверное, нельзя утверждать, что на первом этапе развития информационного общества и сети эта ценность была столь значительной, т. к. задачей первого этапа было создание самой информационной инфраструктуры. Зато позже, когда технологии позволяли с высокой скоростью свободно обмениваться информацией и знаниями, за этой ценностью закрепляется статус особой.

Самовыражение и творчество. Сеть создает массу возможностей для творческой самореализации: можно создавать личные сайты, вести блоги, интернет-страницы, можно не только скачивать фильмы и музыку, но и выкладывать свои мелодии, песни и клипы, фотографии своего творческого продукта, авторские видеофильмы, компьютерный дизайн, обмениваться файлами с друзьями. Свободное самовыражение возможно как в жанрово-содержательном, так и в аксиологическом аспекте. Современные программные приложения и технические средства позволяют овладеть многими творческими профессиями на начальном уровне.

Развлечение и отдых. Отдых признается неотчуждаемым правом человека и защищается Всеобщей декларацией прав человека, которая

провозглашает, что «каждый имеет право на отдых и досуг» (ст. 24). Поскольку отдых является неперенным условием нормального функционирования тела и психики человека, а развлечения также стоят в ряду потребностей человека, то их можно рассматривать как важнейшие сферы повседневной жизни человека. Б. Фаулер [4; 12–20] отмечает смещение ценностного сознания современного человека от ценностей труда к ценностям досуга и развлечений. Спрос на развлечения высок по следующим причинам: в связи с техногенной деятельностью человека разрушены многие традиционные места отдыха, доступ к экологически чистым объектам природы для многих затруднен, у горожанина появилось большое количество свободного времени, нехватка времени и сил на творческую деятельность, повышенная утомляемость, высокий уровень стрессов, усталость от монотонности будней.

Характерной чертой последних десятилетий является увеличение досугового пребывания в Интернете. Развлечение в сети имеет разнообразные формы и варианты, но соответствует всем характеристикам традиционного развлечения: предполагает добровольный выбор вида развлечений, неограниченный их перечень, возможность частой смены развлечений и комбинирования с другими занятиями. Популярность обеспечивается еще и модой на данное времяпровождение, его относительную дешевизну, возможность получить доступ ко всему спектру аудио-, видеоразвлечений за считанные мгновения, отсутствие необходимости тратить время на передвижение до центра развлечения (театра, кино, концертного или выставочного зала).

Если ранее одной из ценностей общества была стабильность связей и организационных структур в обществе, то в информационном на смену ей приходит динамичность и подвижность [2; 23]. В аксиологическом пространстве Интернета стабильность также не является ни общезначимой, ни индивидуальной ценностью, поскольку в какой-то степени она служит препятствием в нововведениях и самовыражении, препятствует развитию. Сеть существует не на основе жестких связей, а состоит из множества свободных звеньев, которые беспрепятственно могут как подключиться к ней, так и отключиться в любой момент. Поэтому ценность стабильности, присущая традиционному обществу, обще-

ству производства товаров и услуг, заменена в Интернете ценностями *динамичности и подвижности*, маневренности.

Такая динамичность и маневренность вызывает к жизни другой ряд ценностей, делает возможной еще большую свободу в самовыражении, постановке задач и принятии решений, которые развивают *инициативность*, способствуют *новаторству*. Новаторство приобретает совершенно иной смысл, нежели раньше. Ранее эта способность позволяла субъекту выделиться на общем фоне, но была характеристикой вовсе необязательной, т. к. доминировало массовое, однотипное производство, то в информационную эру, производитель все более ориентирован на создание уникального продукта, а, значит, новаторство «приобретает другой вес». Новаторство в условиях насыщенного и динамичного рынка при использовании Интернета не только как источника и средства передачи информации на этапе создания продукта, но и рекламы и распространения конечного продукта, позволяет предлагать уникальные услуги и товары, создавая ряд конкурентных преимуществ для создателя. Если ценности новаторства и динамичности начинают доминировать, выигрывают в конечном итоге и потребители, ведь у них есть возможность не только осуществить свободный выбор между похожими продуктами, но и получить не то, что есть, а *то, что должно быть*.

Вышеназванные индивидуальные ценности аксиосферы Интернета могут совершенно по-разному комбинироваться в зависимости от типа субъектной позиции, занимаемой индивидом в сети.

Из вышеобозначенного следует, что происходящие изменения можно рассматривать в двух плоскостях: становление аксиосферы Интернета в целом и трансформация ценностей отдельных субъектов сети под ее воздействием. Аксиосфера Интернета не является застывшей, чем-то раз и навсегда устоявшимся, как только меняются социальные, культурные, экономические условия, это найдет отражение в аксиосфере, может произойти трансформация содержания, структуры, иерархии ценностей в пространстве Интернета. Изучение этой динамики в контексте более общих социокультурных процессов, выявление ее направленности и особенностей проявления на отдельных этапах общественного развития – задача будущих исследований, ко-

торые, несомненно, позволяют представить развитие Интернета как техно-социо-культурного явления более систематически и многомерно.

Таким образом, аксиосфера Интернета может рассматриваться как структурно неоднородная, внутренне разнообразная, определенным образом иерархизированная, ее компоненты составляющие находятся в синергетическом взаимоотношении и единстве. Наряду с этим аксиосфера – это вся область ценностных отношений создателей и пользователей сети.

Содержание, характер и направленность процесса формирования аксиосферы Интернета детерминированы природой и спецификой аксиосферы общественной среды. Динамика взаимодействия аксиосферы Интернета и аксиосферы общества в современных условиях, с одной стороны, приводит к утверждению ценностей информации, знания, независимости,

свободы и творчества, а с другой – влечет за собой обесценивание поиска истины, отторжение сложного знания, рост фрагментарности сознания и противоречивости духовного мира как личности, так и социума в целом.

Ключевые ценности аксиосферы сети – совокупность технических возможностей, свобода обмена информацией, общение, самовыражение, знание, новаторство, динамизм – в гипертрофированном виде несут в себе массу опасностей, таких как опасность развращения, полного ухода в виртуальный мир, различного рода зависимости, угрозы личной и финансовой безопасности человека. Все это делает актуальным вопрос переосмысления системы регуляторов информационного общества. В то же время следует позитивно отметить тенденцию удовлетворения большего количества духовных и интеллектуальных потребностей в пространстве Интернета.

19.11.2012

Список литературы:

1. Каган, М. С. Философская теория ценности / М. С. Каган. – СПб. : ТОО ТК «Петрополис», 1997. – 205 с.
2. Костина, А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций / А. В. Костина // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». – 2009. – № 4. – (Культурология).
3. Сагатовский, В. Н. Деятельность как философская категория / В. Н. Сагатовский // Философские науки. – 1978. – № 2.
4. Фаулер, Б. Пьер Бурдьё и теория культуры : критический анализ / Б. Фаулер // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. «Социология». – М., 1999. – №3.

Сведения об авторе:

Южанинова Екатерина Рафаэлевна, доцент кафедры социальной философии

Оренбургского государственного университета, кандидат философских наук

460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 2314, тел. (3532) 372583, e-mail: yuterina@yandex.ru

UDC 1:124.5

Yuzhaninova E.R.

Orenburg state university, e-mail: yuterina@yandex.ru

AXIOSPHERE INTERNET AND ITS MORPHOLOGY

The necessity philosophical understanding the Internet and its values, traces the history of the study of value systems in the national philosophy. In keeping with tradition, similar to the «axiosphere culture» in the scientific revolution introduced the term «axiosphere Internet», an attempt to identify its morphology, a classification of values worldwide information network, functional analysis, validity and individual values.

Key words: Internet, philosophy, axiology, axiosphere, axiosphere Internet, values.

Bibliography:

1. Kagan, M. S. Philosophical theory of value / M. S. Kagan. – St. Petersburg : Ltd. TC «Petropolis», 1997. – 205 p.
2. Kostina, A. V. Trends in the development of the information society culture : an analysis of modern information and postmodern concepts / A. V. Kostina // Electronic Journal «Knowledge. Understanding. Ability». – 2009. – № 4. – (Cultural Studies).
3. Sagatovskiy, V. N. Activities as a philosophical category / V. N. Sagatovskiy // Philosophy. – 1978. – № 2.
4. Fowler, B. Pierre Bourdieu and cultural theory: a critical analysis / B. Fowler // Social and Human Sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 11. «Sociology». – Moscow, 1999. – № 3.