

ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА КАК НОВАЯ СОЦИАЛЬНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИЧНОСТИ

Кириллова Наталья Борисовна

доктор культурологии, профессор, Уральский
федеральный университет им. первого Президента
России Б.Н. Ельцина, (г. Екатеринбург)
urfo@bk.ru

DIGITAL CULTURE AS A NEW SOCIO-ANTHROPOLOGICAL REALITY AND IDENTITY PROBLEMS

N. Kirillova

Summary: The object of research in the article is digital culture as a new socio-anthropological reality and identity problems. Analyzing this phenomenon, the author proceeds from the fact that we are talking about a special digital civilization, that is, a fundamentally different type of socio-cultural development of society, changing both the nature of interaction between man and society, and determining the goals and meanings of human life. The modern digital environment not only means the use of the latest media technologies in the socio-cultural sphere, but also affects the change of values, norms, and behavioral stereotypes.

Keywords: media culture, media technologies, digital culture, digital humanities, socio-cultural activities, cultural institutions, network communication, digital identity.

Аннотация: Объект исследования в статье – цифровая культура как новая социально-антропологическая реальность и проблемы идентичности. Анализируя данный феномен, автор исходит из того, что речь идет об особой цифровой цивилизации, то есть принципиально ином типе социально-культурного развития общества, меняющем как характер взаимодействия человека и социума, так и определяющим цели и смыслы человеческой жизнедеятельности. Современная цифровая среда не только означает применение новейших медиатехнологий в социально-культурной сфере, но и влияет на изменение ценностей, норм, стереотипов поведения.

Ключевые слова: медиакультура, медиатехнологии, цифровая культура, цифровая гуманитаристика, социокультурная деятельность, культурные институции, сетевая коммуникация, цифровая идентичность.

Введение

Каждая эпоха, как известно, порождает те формы культуры, которые начинают лидировать в обществе, так как оказываются наиболее востребованными и действенными в вопросах реализации основных социальных функций. В этой связи термин «медиакультура», введенный Г. М. Маклюэном для обозначения нового типа культуры информационного общества, стал не просто актуальным понятием, а явил собой базовый концепт эпохи глобализации и цифровизации, определяя в конечном итоге вектор развития всего мира. Как отмечает автор [9, 12], медиакультура – понятие сложное, синтезирующее в своей основе целый блок связей и взаимоотношений личности и общества, включая «культуру производства и передачи информации, а также культуру ее восприятия», являясь одновременно и показателем «уровня развития личности, способной “читать”, анализировать и оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания посредством медиа» [12, с. 17].

Что касается цифровой культуры как составной части медиакультуры, то это уже явление иного порядка, это новый этап в развитии человеческой цивилизации. А. Тойнби в своей книге «Постижение истории» утверждал,

что цивилизация включает в себя экономику, политику и культуру. А «культурный элемент представляет собой душу, кровь, лимфу, сущность цивилизации» [20, с. 292]. Цивилизация по Тойнби должна иметь внутреннюю силу культурного развития, чтобы справиться с вызовами и избежать деградации и распада целостности [Там же].

Цифровая цивилизация как современная сфера социально-культурной деятельности человека может рассматриваться «как принципиально новый тип развития общества, когда на смену аналоговым и линейным формам коммуникации приходят цифровые, которые определяют не только характер взаимодействий человека и социума, но и становятся основными факторами в определении целей и смыслов человеческой деятельности» [1, с. 517-518]. А это значит, что цифровую (электронную) культуру следует рассматривать как «совокупность социальных институтов, организуемых на основе современных информационно-коммуникативных технологий в целях продвижения логики цифрового общества, включая электронную экономику, политику, науку, образование, культуру и др.» [Там же].

Концепция «цифровой гуманитаристики» (новый термин, введенный для обозначения направлений деятельности гуманитарных наук в условиях цифровой ци-

визации), связанная с тем, что современные историки, культурологи, лингвисты, философы в своих научных исследованиях активно используют методы компьютерного анализа текстов, обработку больших данных, 3D-моделирование и другие формы медиатехнологий. В этой связи изменилась и роль научных библиотек, которые все чаще выступают координационными структурами для гуманитарных исследований и проектных практик. То есть библиотеки являются сегодня не только центрами культурного наследия, но и провайдерами научной коммуникации и медиаграмотности.

Таким образом, цель данной статьи – доказать, что цифровая культура как уникальный культурно-цивилизационный феномен сегодня является объектом междисциплинарного исследования.

Цифровая культура как платформа сетевого взаимодействия

По определению Ч. Гира, который ввел само понятие «digital culture», цифровая культура – это совокупность «артефактов и символических структур, основанных на цифровом кодировании в его универсальной технической реализации, тотально включенных в институциональную систему и способствующих поддержанию определенных ценностей, закрепленных ментально и создающих формы автодетерминации» [5, с. 11]. Д.В. Галкин, знакомя российских исследователей с определением Ч. Гира, акцентирует внимание на том, что «цифровая культура формируется на нескольких уровнях: материальном (вещи, гаджеты, технологические системы), символическом (знаки, языки, формы коммуникации), социальном (институты, функции, объединения), ментальном (когнитивные схемы, стереотипы, идентичность) и ценностном» [Там же].

Культурные практики XXI века существенно поменяли миропорядок и продолжают влиять на многие социальные отношения, ценности, нормы, культуру быта. С их помощью в научной лексике появились новые понятия: «виртуальная культура», «киберпространство», «умные контракты», «цифровые города», «цифровая экономика» и др. В новой информационно-коммуникационной цивилизации, основанной на онлайн-платформах, меняется и система обмена услугами-благами. «Экономика дарения» по Г. Рейнгольду [16] модифицируется в цифровые форматы «экономики лайка» – маркетинговые инструменты «цифрового капитализма» в экономике «символического» обмена [6].

Сопоставляя разные подходы к изучению цифровой культуры как новой социально-антропологической реальности и совокупности новых форм коммуникации,

отметим, что она способствует интеграции символического пространства, связанного с новыми формами культурной деятельности и способами идентификации личности.

Исходя из сказанного, можно отметить, что в XXI веке на первый план выходит не теоретическая, а «прикладная культурология с ее междисциплинарным и интегративным потенциалом, открывающим новые возможности в осмыслении реалий и рисков в электронном типе культуры» [2].

Особую роль в этом процессе приобретает цифровая медиасреда, медиатизация культуры, усиление социокультурной миссии Интернета, когда люди получают информацию и знания в принципиально иных, чем прежде, форматах. Более того, современное информационное общество развивается за счет активной информации, а медиатехнологии и сети становятся не просто предметом познания, но и условием существования и культурной самоидентификации человека.

Интернет как глобальный культурный феномен представляет новые ценности, что свидетельствует о смене парадигмы социальных коммуникаций. Сформировано уникальное пространство «свободной глобальной коммуникации» [10, с. 5], сверхнасыщенного информационного поля, повсеместно окружающего современного человека. А в практике современного образования, тесно связанного с развитием электронных средств коммуникации, главным аспектом становится преодоление цифровой неграмотности и освоение интерактивных технологий, внедрение позитивного опыта применения цифровых ресурсов и законодательное обеспечение обучения в системе отечественного образования. Социологи утверждают, что по итогам 2022 года доля населения России, обладающего цифровыми навыками, выросла до 71 %. При этом среди обладающих цифровой грамотностью россиян у 29% – продвинутый уровень, у 69% – базовый, у 2% – начальный¹.

Реальностью стала потребность в развитии образования для цифровизации в сфере управления [14, с. 42]. В масштабах страны все еще существует кадровый дефицит IT-специалистов, в связи с чем «возрастает потребность в создании матричной образовательной среды, где университеты (как государственные, так и корпоративные) должны стать экспериментальной образовательной платформой для различных форм обучения с использованием передовых технологий и с учетом специфики цифровой культуры» [Там же, с. 43].

Как отмечают специалисты, в сфере информационных технологий «впервые появилась технология, име-

1 См.: https://digital.gov.ru/ru/events/43493/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f

ющая НАДотраслевой характер. Информационные технологии стали неким обручем, который объединил все науки... Они не добавились еще одним звеном к существующему ряду дисциплин, а объединили их, став их общей методологической базой» [с. 15, 69].

Показателем современной эпохи стала модификация традиционного общества в цифровое, развитие сетевого сообщества, управляемого с помощью информационно-коммуникационных технологий, которые собирают, обрабатывают и распределяют информацию через системы глобальных телекоммуникационных сетей. Среди целевых индикаторов-показателей развития информационного общества в Российской Федерации, согласно государственной программе РФ «Информационное общество. 2011-2020 гг.», названы следующие [14]:

- место России в международном рейтинге по индексу развития информационных технологий;
- степень дифференциации субъектов Российской Федерации по интегральным показателям информационного развития и др.

Культура и культурные институции в цифровом «зеркале» общества

О реалиях в развитии цифрового информационного общества в стране свидетельствуют следующие данные: количество созданных виртуальных концертных залов в городах РФ – более 500; онлайн трансляций мероприятий – более 600 только на портале «Культура.РФ»; в Государственном каталоге музейного фонда страны – более 8,2 млн. изображений; оцифрованных книжных памятников только в Национальной электронной библиотеке – 65 000. В этой связи актуальна тема, связанная с построением целостной и одновременно многоаспектной системы показателей-индикаторов, отражающей реальное состояние дел в области медиатизации культуры [18]. Эта задача поставлена в Стратегии развития информационного общества в России, в Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г. [19] и других документах Правительства Российской Федерации. При этом, в соответствии со статистикой, к 2024 году должно увеличиться на 15% количество посещений организаций культуры и в 5 раз – число обращений к цифровым ресурсам о культуре [19].

Как известно, пользователи соцсетей сегодня стремятся к психологическому комфорту, достижению высокого уровня информированности по специализированным темам, с целью самореализации. По мнению К. Завершинского, людей объединяет не столько способность к целесообразной предметной деятельности, а, прежде всего, – «смысловое единство, стремление утвердить некую смысловую доминанту культуры», рождающуюся в лоне культуры, морали, искусства и поэтому именно эти сферы являются наиболее «культуросодер-

жательными» [8]. Парадигма цифровой культуры как знаково-символической системы «позволяет наделять смыслами все сферы человеческой деятельности, особенно творческой, а все явления превратить в особые знаки-символы» [Там же].

Исследователи В.А. Емелин и А.Ш. Тхостов делят социальные сети на две достаточно автономные области: «информационное пространство и пространство коммуникации» [7]. При этом наибольшее число фальсификаций (неверное цитирование, ошибка в приписывании авторства и прочее) генерируется и распространяется в области коммуникации.

В связи с этим справедливо высказывание М. Кастельса о том, что «в бесконечном мире информации достоверность является весьма ценным качеством в глазах охотников за информацией» [11, с. 231]. В противном случае, смысл существования того или иного контента становится сомнительным, так как реальная информация превращается в «фэйки».

Проблемы цифровой идентичности: от множественности к единству

Начальный период цифровой революции (конец XX века) стал периодом, прежде всего, технооткрытий, например, визуальных возможностей компьютера в конструировании новой реальности и самовыражения индивида, свободного от социальных и географических ограничений, стереотипов и предрассудков, ошибок прошлого и т.д. [24]. То есть компьютер и Интернет стали восприниматься как экспериментальное пространство, освобождающее от традиционных социокультурных ограничений в свободной идентичности. Акцентируя на этом внимание, З. Бауман писал: «Индивидуализация – это судьба, а не предмет выбора» [3, с. 41].

Первые теоретики цифровой коммуникации выделяли два фактора этой новой идентичности: 1) она могла подчиняться контролю индивида и выражать его желания; 2) она была «множественной» и «текучей» [Там же]. Вот почему эти характеристики доказывали возможность использовать онлайн-пространство для поиска неожиданных и нестандартных форм самовыражения. Достаточно вспомнить в этой связи работы Ш. Теркл, которые содержат классическое обоснование такого подхода. Прибегая к эриксоновскому понятию «моратория» – возможности уйти от принудительных обязанностей повседневной жизни в поисках своего «я» – Теркл писала о Сети как о «месте, где можно «разыгрывать» неразрешенные конфликты и неоднократно проигрывать характерологические затруднения на новой, экзотичной сцене», либо «проработать серьезные личностные проблемы; использовать новые инструменты киберсоциальности, чтобы найти новые решения» [25, с. 644]. Как и многим

другим исследователям и энтузиастам компьютерных сетей, ей казалось, что цифровая революция способна создать реальное пространство свободы от привычных социокультурных ограничений, дав «возможность развития множественной и текучей идентичности» [Там же].

Интернет воспринимался как пространство этих возможностей; казалось, что за «маской анонимности» может скрыться кто угодно, а поведение индивида не контролируется и не фиксируется. Сегодня это представление безнадежно устарело. Чисто технически анонимность в сети всегда была достаточно иллюзорной, и на практике она стала стремительно исчезать в начале 2000-х гг. на новом этапе развития Интернета, который в свое время получил название Web 2.0. Теоретик Силиконовой долины К. Келли в своем видеointerview отметил, что «формирование своеобразной идеологии Web 2.0, с ее атакой на практики анонимности и множественной идентичности и провозглашением идеала единой аутентичной идентичности и тотальной прозрачности» [23].

Продвижение «единой идентичности» нашло свое выражение во вполне конкретных решениях таких технологических гигантов как Facebook, Microsoft, Google и др., которые затратили немало усилий, побуждая пользователей использовать свои реальные имена онлайн. Повсеместное распространение смартфонов окончательно сделало де-анонимизацию свершившимся фактом: подавляющее большинство онлайн-действий совершается современными пользователями с разных мобильных устройств, привязанных к личному телефонному номеру и прочей персональной информации. Принцип «услуга в обмен на персональные данные» лег в основу большинства современных мобильных приложений [9, с. 108].

Другим проявлением этой же тенденции стало распространение идеи «единого аккаунта», позволяющего контролировать и отслеживать любые действия индивида онлайн. Для ее продвижения использовался стандартный аргумент удобства: возможности совершать любые действия в сети из одного аккаунта вместо того, чтобы тратить усилия на создание множественных аккаунтов (и множественных идентичностей) [Там же]. За статус такого аккаунта продолжают конкурировать Google, Facebook, Microsoft и Apple. Microsoft вступила в эту игру позже всех, однако весьма успешно пользуется своим положением фактического монополиста на рынке операционных систем для настольных устройств. При этом положение пользователей в этой борьбе остается неравным. По словам З. Баумана, «разрастается брешь между индивидуальностью как судьбой и индивидуальностью как практической и реальной способностью отстаивать свои права» [3, с. 42].

Культура в системе современного бытия информационного общества

Эволюция культурно-исторического процесса привела к тому, что состояние социокультурного бытия в его глобальном измерении осознается как преддверие радикальной смены всех форм существования человека – от экономических и технологических до культурно-антропологических, экзистенциальных.

Однако реальность познавательного-рефлексивной функции культуры ныне такова, что дискурсы по осмыслению современных социально-исторических и цивилизационных процессов чаще всего апеллируют к идеям, концепциям и потенциалу «предметных наук» – гуманитарных, политических, экономических, в числе которых идеи «текучести» жизненного мира [3], глобализации мира и рисков [4], возможности развития креативного общества [22] преобладают.

Итак, особое место в информационном обществе занимают социальные сети. Именно здесь, по мнению М. Кастельса, социально-культурное пространство утрачивает физико-геометрические измерения и характеристики, поскольку экономика (рынок, собственность, деньги) и механизмы коммуникации (масскульт, медиа, интернет) обретают «транс-пространственный», «виртуальный» и «тотальный» характер [11]. В итоге социальное бытие в информационном обществе предстает не только и не столько как наборы «легитимированных временем и властью» онтологических структур или устойчивых институций культуры, сколько как изменчивый и многообразный поток смыслов, информации, прецедентных культурных ситуаций, инновационных технологий, форм потребления, поведенческих стратегий, жизненных стилей, непосредственно адресующихся человеку [21, с. 185]. А это означает, что определяющими измерениями социального бытия зачастую становятся не «стягивающие силы» коллективности и социальности (власть, право, государство, традиции), а порой хаотично заявляющие о себе типы, формы, механизмы культуры и культурных смыслов, генерируемых и циркулирующих в сетях. Именно эти особенности информационного общества, по свидетельству Х.Г. Тхагапсоева, детерминируют культуру, а также механизмы ее бытия, что проявляется в тенденциях развития и функционирования культуры в рамках современного модуса информационного общества [Там же].

При этом очевидными являются следствия:

- разрыв между элитарной и массовой формами культуры. Масскульт, обладая высокой степенью адаптивности, а также опираясь на мощь современных средств коммуникации, становится культурой «сотен миллионов», в то время как пространство элитарной культуры сужается;

- сознание человека приобретает мозаичный и «клиповый» характер, и в итоге складывается тип личности, который познает окружающий мир «по мере надобности» и на основе технологий соцсетей, ориентируясь на мейнстримы всевозможных мод и их идентичности;
- реальностью является культурное (как и цифровое) неравенство в обществе;
- широкое распространение в интернете получают принципиально новые художественные практики, изменяя при этом функции традиционных институтов культуры. Появляются «сетевая литература», «сетевое изобразительное искусство», «сетевая критика», виртуальные библиотеки, виртуальные музеи, виртуальные картинные галереи, образовательные порталы, дискуссионные клубы, электронные магазины и др.

К сказанному можно добавить и тот факт, что информационному обществу присущ спектр серьезных противоречий: между стремлением человека и общества к свободе, с одной стороны и нарастанием уровня манипулирования массовым сознанием – с другой; между бытием общества и человека во «всемирной паутине» и нарастающей дезинтеграции и «атомизации» общества; между ростом объема информации и неуклонным уменьшением объема знания у «массового человека» [Там же].

Дополняя сказанное, известный культуролог К.Э. Разлогов утверждал, что по мере развития информационного общества масса безграмотных будет множиться не только в России, но и в странах, вполне благополучных по технико-экономическим критериям. Более того, со временем на культурной арене начнет доминировать генерация поколения, читающая с трудом и умеющая писать разве что «тексты SMS, MMS», поскольку все их компетенции связаны исключительно с виртуальными информационными технологиями [16].

В контексте ныне переживаемой человеком ситуации, когда на парадигмальные цивилизационные сдвиги накладывается чрезвычайно острая конкуренция стран и культур за влияние на глобальной арене, «на кон» в полном смысле слова поставлены не только и не столько производственно-экономические и социально-прагматические факторы, сколько «культурные измерения будущего», включая: многообразие креативных идентичностей социокультурного и профессионального самоопределения человека; интеллектуальный уровень социально-культурной практики страны и ее информационного обеспечения; масштабы и спектр способов вовлечения «виртуального» в социальное бытие человека и общества в государстве; спектр форм горизонтов культурного будущего.

Выводы

Подводя итоги проведенного анализа, следует отметить, что одни исследователи склонны видеть в цифровой культуре новый этап «социокультурогенеза» – «третьей природы» (вслед за миром традиционной культуры как «второй природы»), так как созданная виртуальная реальность представляется неким «новым модусом» бытия человека, порождаемым синтезом общественного и индивидуального сознания под воздействием информационно-коммуникационных технологий.

Другие придерживаются иной позиции. Ее суть сводится к следующему: в информационном обществе возникает и развивается медийная цифровая культура, которая воспринимается в социуме, с одной стороны, как новая структурная компонента современной культуры, хотя функционирует на основе методов и средств ИКТ. С другой – в ней видят новую сферу социально-культурного бытия человека, вместе с которой развиваются цифровая эстетика и цифровая этика со своими перспективными возможностями, нормативными установками и гуманистическими прогнозами на будущее человечества. Но это уже другая тема исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Астафьева О.Н., Никонорова Е.В., Шлыкова О.В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития // Обсерватория культуры. 2018, 15(5). С. 516-531. <https://doi.org/10.25281/2072-3156-2018-15-5-516-531>
2. Астафьева О.Н., Разлогов К.Э. Культурология: предмет и структура // Электронный журнал: Культурологический журнал / Journal of Cultural research. 2010. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologiya-predmet-i-struktura/viewer>
3. Бауман З. Текучая современность. – СПб.: Питер, 2008. 240 с.
4. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000. 358 с.
5. Галкин Д.В. «Digital Culture»: Методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Цифровая культура: Международный журнал исследований культуры сетевого сообщества «Российская культурология». 2012. №3 (8). С.11–16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-culture-metodologicheskie-voprosy-issledovaniya-kulturnoy-dinamiki-ot-tsifrovyyh-avtomatov-do-tehno-bio-tvarey/viewer>
6. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006. 632 с.
7. Емелин, В.А. Вавилонская сеть: эрозия истинности и диффузия идентичности в пространстве интернета [Электронный ресурс] / В.А. Емелин, А.Ш. Тхостов // Вопросы философии. 2013. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=678

8. Завершинский К. Культура и культурология в жизни общества. Уч. пособие. Великий Новгород: НовГУ им. Я. Мудрого, 2000. 92 с. URL: <https://reallib.org/reader?file=813742>
9. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования. Кол. монография. Авт. кол.: О.Н. Астафьева, Л.Б. Зубанова, Н.Б. Кириллова и др.; отв. ред. Н.Б. Кириллова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 292 с.
10. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 327 с.
11. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество, культура. М.: ГУ ВШЭ, 2005. 608 с.
12. Кириллова Н.Б. Медиалогия: наука глобализованного мира. М.: Академический проект, 2022. 424 с.
13. Об утверждении государственной программы Информационное общество (2011-2020) : Постановление Правительства РФ №313 от 15 апр. 2014 г. Режим доступа: <https://base.garant.ru/70644220/>.
14. Панкратов И.Ю., Свертилова Н.В., Лидэ Е.Н. Цифровое государство: новая матрица компетенций для цифровой трансформации // Государственная служба, 2018. Том 20. №1 [111]. С.42-43.
15. Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения: монография / Авт. кол-в Андреева Г.Н., Богатырева Т.Г. и др. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. 131 с.
16. Разлогов К.Э. Метаморфозы идентичности // Вопросы философии. – 2015. – № 7. С. 28-40. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1209.
17. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. 416 с.
18. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (Утверждена Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212). URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/92762/>.
19. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года. От 29. 02. 2016 г. № 326р. URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf>
20. Тойнби А. Постижение истории: Пер. с англ./ Сост. Огурцов А.П. М.: Прогресс, 1996. 608 с.
21. Хагапсоев Х.Г., Астафьева О.Н., Докучаев И.И., Леонов И.В. Информационно-семиотическая теория культуры. Введение. СПб.: Астерион, 2020. 208 с.
22. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — М.: Классика-XXI, 2007. 420 с.
23. Kelly K. The next 5,000 days of the web // video interview 2007. URL: https://www.ted.com/talks/kevin_kelly_the_next_5_000_days_of_the_web
24. Manovich L. Computer vision, human sense, and language of art // AI & Society, November 22, 2020. DOI: 10/1007/s00146-020-01094-9/
25. Turkle S. Cyberspace and Identity // Contemporary Sociology. 1999. Т. 28. № 6. С. 643-648. <https://doi.org/10.2307/2655534>.

© Кириллова Наталья Борисовна (urfo@bk.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»