

Научная статья

УДК 004.62

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-4-32-38

Аксиология имитативной коммуникации: постановка проблемы

Антон Николаевич Фортуатов

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия
anfort1@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6822-2003>

В статье исследуется гипотеза о том, что современная коммуникация в настоящее время обретает особую форму. Её можно назвать имитативной коммуникацией, в которой важнейшее место занимают технологии обработки информации. Происхождение этой коммуникации автор выводит из коммерческого, потребительского статуса социальной информации, которая на ранних стадиях зарождения медиа-реальности способствовала развитию рыночных отношений. Благодаря развитию технологий качество имитации реальности становится самостоятельным фактором, влияющим на деконструкцию личности в информационном процессе. В этих выводах автор основывается на собственных многолетних исследованиях истории телевидения. Именно это средство массовой информации заложило основы имитативной реальности, оторвав восприятие действительности от её реального освоения и заложив основы для технологической идентификации личности в ущерб традиционным личностным усилиям. Имитативная реальность имеет связь с феноменом игры. Автор осуществляет феноменологическое переосмысление игры по сравнению с её классическими определениями. Игра предстаёт как форма обнаружения онтологических границ, в которых находится личность. Однако при современном развитии технологий игра превращается в способ замены реальности, утрачивая свой изначальный статус идентификатора социальных смыслов. При такой трактовке многие нерешённые в настоящее время проблемы, например проблема компьютерной аддикции, обретают черты отчётливых социальных девиаций, имеющих конкретные пути лечения. В качестве перспективы развития существующей ситуации автор называет редитизацию (возвращение) личности к реальной действительности, в то время как виртуальная реальность должна обрести статус очередной утопии в истории человечества.

Ключевые слова: современная коммуникация, массовая информация, имитативная реальность, редитизация, феномен игры

Original article

Axiology of Imitative Communication: Formulation of the Problem

Anton N. Fortunatov

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia
anfort1@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6822-2003>

The article explores the hypothesis that modern communication is taking on a special form today. It can be called imitative communication, in which information processing technologies play a very important role. The author derives the origin of this communication from the commercial, consumer status of social information, which in the early stages of the emergence of media reality contributed to the development of market relations. Thanks to the development of technology, the quality of imitation of reality becomes an independent factor influencing the deconstruction of a person in the information process. In these conclusions, the author relies on his own long-term studies of the history of television. It was this mass media that laid the foundations of imitative reality, tearing off the perception of reality from its real development and laying the foundations for technological identification of a person to the detriment of traditional personal efforts. Imitative reality has a connection with the phenomenon of the game. The author carries out a phenomenological rethinking of the game in comparison with its classical definitions. The game appears as a form of detection of ontological boundaries in which the personality is located. However, with today's development of technology, the game is turning into a way to replace reality, losing its original status as an identifier of social meanings. With this interpretation, many currently unresolved problems, for example, the problem of computer addiction, acquire the features of distinct social deviations that have specific ways of treatment. As a perspective for the development of the existing situation, the author calls the reditization (return) of the individual to reality, while virtual reality should acquire the status of another utopia in the history of mankind.

Keywords: modern communication, mass information, imitative reality, reditization, game phenomenon

© Фортуатов А. Н., 2022





Введение. Существует традиция связывать имитативность в социальной практике с развитием функций торможения биологических реакций живого организма, и это сочетание особенно явно проявляется в человеческой жизни. Имитативные практики уже заняли прочное место, например в физическом воспитании, вместе с тем современные симуляторы и тренажёры, всё более усовершенствуясь, создают целое пространство имитативной самореализации, что в конечном итоге ведёт и к имитативной идентификации, виртуальному удвоению личности, находящей своё воплощение в воспроизводимых ситуациях.

Вместе с тем современные исследования имитативного дискурса недостаточно уделяют внимания важнейшему аспекту, лежащему в основе этого феномена, а именно – коммуникативной подоплёке большинства механизмов подражания. Так, ответную улыбку принято воспринимать лишь как рефлексивную реакцию на вербальную доброжелательность, ограничиваясь таким образом рассмотрением лишь психофизиологических реакций. В социальных практиках имитационные действия обозначают как «формальное воспроизведение операций и процедур, сопровождаемое их демонстрацией, декларацией и декорацией» [1, с. 92], что упраздняет интенциональную подоплёку имитации, её ярко выраженный коммуникативно-смысловой характер.

Большой массив научных исследований феномена имитации в современном дискурсе относится к естественно-научным, прикладным аспектам исследований, которые, на наш взгляд, весьма красноречиво демонстрируют узконаправленное (точечное) внимание к этому феномену. Так, «поведение» сложных механизмов св настоящее время легче всего моделировать именно в виртуальной сфере, не создавая их аналоговых прототипов – это и удешевляет процессы исследования, и таргетирует их, и делает более верифицируемыми [2].

Особое место занимают модельные и имитационные исследования в области сельского хозяйства. Они позволяют получать верифицируемые данные по поводу урожаев, распространения вредителей, способов внесения удобрений и т. п. [3, с. 7–13].

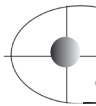
Сугубая «механистичность» восприятия данного феномена частично распространяется и на сферу человеческого поведения,

в которой телесность становится объектом модельного анализа, что приводит к впечатляющим эффектам, например, при моделировании физиологических процессов. Именно поэтому большое количество исследований посвящено моделированию в медицинской сфере – от прогнозирования распространения вируса гриппа [4] до моделирования деятельности медицинского учреждения [5]. Имитационные технологии активно применяются в физическом воспитании, создавая заведомо прогнозируемые психофизиологические результаты, помогая выращивать спортсменов с наиболее рациональным распределением физических затрат [6].

Краткий обзор направлений исследований имитационных феноменов позволяет говорить о существующих позитивных коннотациях в его отношении, интегральный смысл которых состоит в том, что имитация – серьёзное подспорье в человеческой деятельности, и в целом служит для раскрытия социального потенциала, для облегчения работы индивида.

При этом отрицательные социокультурные свойства имитации не являются предметом пристального интереса исследователей, хотя и затрагиваются в различных аспектах [7]. Автором в 2018 г. предпринято комплексное исследование истории телевидения, одним из выводов в нём стала констатация того, что наиболее массовое средство информации XX в. являлось своеобразной технологизированной имитацией сакральности [8].

Методология и методы исследования. В контексте аксиологии медиакоммуникации для нас важен эксплицированный компонент имитации как коммуникативное воспроизведение реальных событий, в том числе и технологический вопрос медийного отображения социальных явлений. Особенно это ярко проявляется в истории телевидения, которое всегда позиционировалось как способ фиксации проявлений социальной реальности «здесь и сейчас» (т. е. не имитированно), наиболее полный данный эффект (иллюзия правдоподобности) представлен в тот период, когда ещё не было видеоманитонов, эфиры были «прямыми», с их огрехами и случайными вторжениями в существовавший уже в то время сценарный план. Достаточно в качестве примера вспомнить трагикомическую



ситуацию с одной из первых передач ВВВ («Вечер весёлых вопросов», предшественница КВН) на советском телевидении, когда в ответ на некорректное задание (прийти на съёмку передачи в зимней одежде и с кактусом) актовый зал МГУ, где проходила съёмка, осадила тысячная толпа потенциальных участников, пришлось надолго останавливать прямой эфир.

Таким образом, в качестве основного инструмента мы используем приём научного моделирования, который позволит нам эксплицировать феномен имитации (моделирования), превратив его в сугубо рациональный конструкт.

Результаты исследования и их обсуждение. В приведённом примере с некорректным заданием имплицитно проявляет себя противостояние медийной и социальной реальностей, которые ещё на ранней стадии развития аудиовизуальных средств начинали постепенно жить по собственным законам, в том числе и принципам технологической детерминации (телевидение хотело видеть забавных участников, нелепо и неуместно одетых, а реальные люди хотели во что бы то ни стало попасть в кадр, превратившись тем самым в локальных знаменитостей, получивших свою толику внимания многотысячной аудитории) [8, с. 87].

Впрочем, такое разделение имеет более глубокие корни. Например, социальная информация в её медийном воплощении изначально проявлялась как коммерческий феномен, обеспечивающий лучшее взаимодействие и осведомлённость участников рынка. Не случайно первая газета – это листок объявлений. Таким образом, прагматизм информационного обмена стал краеугольным камнем всего того многообразного и обширного мира, который возник на базе технологизированных информационных процессов. В настоящее время вопрос о коммуникации – вопрос о состоянии капитализма в системе информационных потоков, ускорения процессов, их дигитализации и обезличивания.

Если вспомнить в этом контексте одну из фундаментальных ценностей современного киберпространства («свободу информации»), то прагматически-коммерческая этимология информационного обмена вдруг начинает обретать статус детерминанты, тщательно или бессознательно скрываемой от анализа и наблюдения. Другими слова-

ми, качество имитации, воплотившейся в информационном потоке, является материальной ценностью, которая лежит, в частности, в основе популярных концепций об «экономике эмоций», постиндустриальных векторов развития социума и т. д.

Возвращаясь к истории телевидения, можно вспомнить титанические усилия инженеров различных стран в обеспечении достаточного для чёткого изображения количества строк в аналоговой «развёртке» на экране, борьбу различных производителей и даже целых государств за доминирование того или иного аналогового стандарта изображения (например, баталии Франции против ФРГ вместе с США за признание главенства, соответственно, «советско-французской» SECAM в противовес натовской PAL) [8, с. 137], наконец, современное состояние цифровой аудиовизуальной сферы, которая добилась такого количества пикселей на экранах бытовых телевизоров, которое уже не в состоянии оценить и различить глаз обывателя. Все эти усилия обретали не просто символическое, но и стоимостное выражение, существенным образом влиявшее на развитие всей системы коммуникации (десятикратное удешевление стоимости телевизионного приёмника благодаря новациям корпорации Sony привело к буму продаж телевизоров в Америке, параллельно стало одним из важных вкладов в формирование «японского экономического чуда» 70-х гг.; именно в этот период стали активно использовать видеомэгафоны и спутниковую систему передачи изображения, что взорвало изнутри фундаментальные онтологические, пространственно-временные основания жизни и привело к символической «победе» имитационной телевизионной реальности над «невзрачной» повседневностью).

Таким образом, вопрос о том, как имитирована реальность в коммерчески ангажированном коммуникативном потоке, становится более важным, чем то, что пытается имитировать коммуникация.

На что же ориентированы имитационные усилия современных киберсубъектов в виртуальном пространстве? Не претендуя на всю полноту, назовём два стратегических направления, которые, естественно, членятся и множатся в различных контекстах: это феномен свободы, понятый как «высшая ценность», и модель противопоставления сознания и тела, идеология «освобожде-



ния» сознания от социально-биологических «оков», дихотомия «позитивного» сознания и «негативного» тела.

Тотальное увлечение социальных психологов XX в. технологиями манипуляции сознанием в противовес сугубо материальным изменениям в социальном пространстве (в соответствии со скомпрометировавшей себя методологией марксизма) привело к аксиологическому доминированию этой парадигмы, которая объявляет априори гуманной аффектированную оторванность сознания от материального мира (например, в виртуальном пространстве), маркируя это состояние позитивно окрашенными терминами «творчество», «самораскрытие» и т. п. Сюда же следует отнести и полиидентичность субъекта дематериализованного информационного взаимодействия, выступающую едва ли не в роли «бастиона безопасности» для человека, якобы страдающего от примитивной мощи материальных социальных институтов.

В совершенном соответствии с идеей Г. М. Маклюэна о том, что доминирующий в социуме медиум (средство коммуникации) обуславливает определённую структуру и ценностную иерархию мировосприятия [9], можно утверждать, что технологизированная эмансипация сознания сформировала прочную, осязаемую и материализовавшуюся социальную нишу, связанную с противопоставлением и противостоянием материальных и виртуальных сущностей, их борьбой и постепенным вытеснением реального человека (в его антропологическом статусе) на периферию коммуникационных, медийных и связанных с ними социальных процессов. Вот почему «главенствование над реальной действительностью», как вполне справедливо замечают исследователи, является важной характеристикой социальной имитации [10], добавим – в сознании самого человека. Технологии, равно как и имитации, обеспечивают удвоение реальности, её зеркальное (даже фрактальное) воссоздание, помноженные друг на друга, они лишь увеличивают манипулятивный потенциал создаваемого образа, что в конечном счёте ведёт к опустошению, обезличиванию реального субъекта коммуникации.

Современная коммуникация – тотально технологизированный процесс, технологии проникают, казалось бы, в самые интимные, потаённые уголки сознания (как предмет

многочисленных курсов и практик когнитивные, мнемонические, ментальные технологии это хорошо демонстрируют). Виртуальные шлемы в настоящее время позволяют не просто переживать визуальные иллюзии, но и дополнять их тактильными и даже вкусовыми эффектами. Учёные всё чаще сталкиваются с проблемой корректного выхода виртуального пользователя из «дивного нового мира» в грустную повседневность [11, с. 54–57].

В результате возникает и всё больше упрочивается, материализуется феномен имитационной коммуникации, в которой технике отдано на откуп первичное освоение личности (например, вычисление паттернов и особенностей характера с помощью Больших данных), стало быть, нивелировка её неповторимости, идентификация, кодификация, отнесение к определённым категориям. Коммуникация благодаря технике превращается в уже выстроенный, а не выстраданный алгоритм, который в глубине своей противостоит человечности.

Драматизм такого противостояния нивелируется игровым характером имитационной коммуникации, которая эксплуатирует древнее свойство человеческой культуры, ярко проявляющее себя в ритуалах и играх: осваивать, распознавать онтологические (равно как и психологические, физиологические, культурные, нравственные и т. д.) границы, отделяющие эмоционально противоположные состояния человеческого Я (между жизнью и смертью, между радостью и горем, между восхищением и омерзением, между возбуждением и апатией и т. п.). Здесь мы хотим подчеркнуть, что существующая трактовка игры как некоего природой обусловленного человеческого состояния («ребячества»), инкорпорированного в культуру, принадлежащая Й. Хёйзинге [12], не отражает в полной мере глубинную суть феномена игры как древнего, дорефлекторного модуса индивида, испытывающего потребность в идентифицирующих его самого инструментах.

Характерное высказывание находим у Б. В. Маркова, рассуждающего о телесной памяти и цифровой коммуникации: «Классические игры были агональными формами социализации, поддержания физической формы, наконец, развлечения» [13, с. 36]. Такая традиция интерпретации игр лишь как состязательных форм взаимодействия в



лоне существующей культуры, ставшая своего рода научным шаблоном, заметно обедняет палитру смыслов, которую игра несёт в общество на протяжении веков, оставаясь важным и неизменно присутствующим форматом человеческого взаимодействия не только внутри социальной группы, но и с окружающим миром. Однако в настоящее время состоятельность относится уже не к горизонтальному уровню взаимодействия игроков, а к вертикальному устройству игрового имитационного мира: «Я – мир».

Игра и коммуникация в этой связи очень близки по своей онтологической сути: обеспечивая переход от онтологической к коммуникационно-имитационной реальности, коммуникативные институты таким образом позволяют человеку чётче ощутить собственные онтологические границы, почувствовать себя реальным, явленным – себе и окружающему миру. Не случайно Е. А. Батюта предлагает трактовку имитации как «универсального способа, применение которого позволяет развивать культуру, творя новое посредством специфического воспроизведения уже имеющегося» [14]. Вместе с тем исследователь не учитывает указанную нами коммуникативно-технологическую подоплёку этой имитационной активности: «новое», порождённое алгоритмами имитационного ухода от действительности, становится контр-реальным (точнее – не-реальным), что актуализирует несколько гротескную дихотомию в современной коммуникации, проявляющуюся, в том числе, и в различного рода девиациях: новое vs реальное. Этика и аксиология киберреальности заставляет погружённого в неё человека делать выбор в пользу всё более изощрённых нюансов имитации в противовес реальному познанию, действительным ощущениям. Именно этим объясняются суицидальные, жестокие, антигуманные, извращённые императивы современных коммуникативных институтов в адрес пользователей, особенно подростков, для которых образ «нового» заслоняет собой рефлексию и идентификацию за пределами коммуникативного пространства.

Другими словами, игра, превратившись из имитативной коммуникации в форму технологии (в настоящее время можно наблюдать множество «игровых» форм обучения, воспитания, даже коллективного анализа и производства идей), «осерьёзнила» одну из сторон онтологии, тем самым упразднив для

личности возможность комплексной самооценки, рефлексии и идентификации (собственно, отсюда указанные многочисленные форматы полиидентичности, которые служат суррогатом субъектного освоения границ собственного Я).

Феномен виртуального эскапизма традиционно принято связывать с «рутинизацией» повседневной жизни [15, с. 62], с возможностью перехода в «чуждые миры, столь выгодно отличающиеся от повседневной суеты», с помощью несложных компьютерных манипуляций [16, с. 2]. Такие констатации, однако, не приводят к пониманию глубинной, сущностной подоплёки социального дисбаланса, имеющего свои корни, как мы показали, в дихотомическом разрыве «человек – коммуникативные технологии». Именно борьба всё более совершенствующихся технологий за обладание человеческим разумом становится причиной социальных девиаций – виртуальной аддикции, лудомании, которые в настоящее время активно обсуждаются в обществе и которые, несмотря на это, не находят ментальных, смысловых разрешений, ограничиваясь лишь медико-психиатрическими рекомендациями.

Заключение. Аксиология медиакоммуникации, однако, позволяет строить осторожные оптимистические прогнозы относительно складывающейся, казалось бы, беспросветной и малоутешительной ситуации. Можно ли прогнозировать возвращение «блудного кибер-сына» в лоно пра-реальности? На наш взгляд, такая перспектива вполне осуществима. Потребляя напластования культуры, физически уничтожая человека, имитативные технологии тем самым упраздняют фактор собственной рекурсивности, источник энергии для саморазвития. Какими бы автономными они ни становились, полного отрыва от социальной практики у них предположить невозможно – ведь она и есть основной источник энергии для их рекурсивности. Современные социальные ситуации и катастрофы, вызванные нравственной, культурной и этической деградацией, приводят к тому, что виртуальный мир вообще перестаёт быть реальностью, превращаясь в один из многих утопических проектов, которые переживало человечество на протяжении своей истории.

Возвращение, или редитизация (от лат. *reditio*), – процесс культурно обусловленной рефлексии современного индивида по по-



воду собственного статуса в имитативном противостоянии технологий и тела, нравственно освоенной истины и компьютерных шаблонов. Причиной имитации является творческий и духовный порыв, воплощающийся в тех или иных формах экспликации уникального человеческого Я, то есть воз-

никновение истинно нового в лоне реального. Возвращение именно к этим истокам (через воспитательные практики, через деканонизацию культуры и другие механизмы) в состоянии упорядочить хаос, царящий в настоящее время в аксиологической и коммуникативной сферах.

Список литературы

1. Бабинцев В. П., Ушамирская, Г. Ф. Субкультура бюрократии в региональном хронотопе // Регионология. 2014. № 1. С. 87–98.
2. Туренко А. Н., Шуклинов С. Н., Михалевич Н. Г. Моделирование динамики колёсной машины с адаптивным электропневматическим приводом тормозов // Вестник Харьковского национального автомобильно-дорожного университета. 2012. Вып. 56. С. 66–74.
3. Бисочков Р. М., Литовка Н. И. Имитационное моделирование урожайности сельскохозяйственных культур для Кабардино-Балкарской Республики. Текст: электронный // Известия Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им. В. М. Кокова. 2020. № 4. URL: <https://kbgau.ru/riu/vypuski/arkhiv-pomerov/2020/2020-4/1.pdf> (дата обращения: 10.05.2022).
4. Кондратьев В. А. Имитационное моделирование в медицине: многоагентная модель распространения гриппа // Компьютерные инструменты в образовании. 2011. № 4. С. 189–195.
5. Карпов О. Э., Субботин С. А., Замятин М. Н., Шишканов Д. В., Асташев П. Е., Прохорова Е. С. Имитационное моделирование деятельности современного многопрофильного медицинского учреждения // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2018. № 6. С. 57–66.
6. Сак Ю. В., Городилин С. К. Применение имитационных упражнений в обучении передвижению на лыжах будущих учителей физической культуры // Физическая культура как основополагающий фактор стратегии развития государства, общества, личности: материалы междунар. науч.-практ. конф. Витебск: Витебская ордена «Знак Почёта» государственная академия ветеринарной медицины, 2020. С. 91–94.
7. Евдокимов В. А. Инновации в политике: эффект имитации и имитация эффекта // Омский научный вестник. 2014. № 5. С. 70–73.
8. Fortunatov A. N. Эго-медиа. Социально-философские штрихи к истории телевидения. М.: Флинта, 2018. 218 с.
9. Маклюэн М. Г. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2018. 464 с.
10. Волков Ю. Г. Креативный класс Versus имитационных практик // Гуманитарий Юга России. 2012. № 1. С. 43–58.
11. Фортова Л. К., Матюхина О. С. Исследования проблемы виртуальных аддикций несовершеннолетних в российской и зарубежной науке. Текст: электронный // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 2. URL: <https://cyberpsy.ru/articles/issledovanie-problemy-virtualnyh-addikcij> (дата обращения: 10.05.2022).
12. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. 416 с.
13. Марков Б. В. Телесная память и цифровая коммуникация // Философия трансмедиа: монография / под ред. Н. Н. Ростовской. М.: Проспект, 2022. 328 с.
14. Батюта Е. А. Компетентный потребитель в имитационной культуре // Омский научный вестник. 2008. № 5. С. 122–125.
15. Гидденс Э. Трансформация интимности. СПб.: Питер, 2004. 298 с.
16. Шапинская Е. Н. Эскапизм в киберпространстве: безграничные возможности и новые опасности. Текст: электронный // Культурологический журнал. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eskapizm-v-kiberprostranstve-bezgranichnye-vozmozhnosti-i-novye-opasnosti> (дата обращения: 10.05.2022).

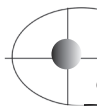
Информация об авторе

Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук, профессор; Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского; 603028, Россия, г. Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23; e-mail: anfort1@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0001-6822-2003>.

Для цитирования

Фортунатов А. Н. Аксиология имитативной коммуникации: постановка проблемы // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 4. С. 32–38. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-4-32-38.

Статья поступила в редакцию 20.05.2022; одобрена после рецензирования 25.06.2022; принята к публикации 30.06.2022.



References

1. Babintsev, V. P., Ushamirskaya, G. F. Subculture of bureaucracy in the regional chronotope. *Regionologiya*, no. 1, pp. 87–98, 2014. (In Rus.)
2. Turenko, A. N., Shuklinov, S. N., Mikhalevich, N. G. Modeling the dynamics of a wheeled vehicle with an adaptive electro-pneumatic brake drive. *Vestnik HNADU*, vol. 56, pp. 66–74, 2012. (In Rus.)
3. Bischokov, R. M., Litovka, N. I. Simulation modeling of crop yields for the Kabardino-Balkarian Republic. *Proceedings of the Kabardino-Balkarian State Agrarian University. V. M. Kokova*, no. 4, 2020. Web. 10.05.2022. <https://kbgau.ru/riu/vypuski/arkhiv-nomerov/2020/2020-4/1.pdf> (In Rus.)
4. Kondratiev, V. A. Simulation in medicine: a multi-agent model of the spread of influenza. *Computer tools in education*, no. 4, pp. 189–195, 2011. (In Rus.)
5. Karpov, O. E., Subbotin, S. A., Zamyatin, M. N., Shishkanov, D. V., Astashev, P. E., Prokhorova, E. S. Simulation of the activities of a modern multidisciplinary medical institution. *Vestnik REU im. G. V. Plekhanova*, no. 6, pp. 57–66, 2018. (In Rus.)
6. Sak, Yu. V., Gorodilin, S. K. The use of simulation exercises in teaching skiing to future teachers of physical culture. *Physical culture as a fundamental factor in the development strategy of the state, society, and personality. Materials of the International scientific-practical conference. Vitebsk, 2020*: 91–94. (In Rus.)
7. Evdokimov, V. A. Policy innovation: the imitation effect and the imitation effect. *Omsk Scientific Bulletin*, no. 5, pp. 70–73, 2014. (In Rus.)
8. Fortunatov, A. N. *Ego-media. Socio-philosophical touches to the history of television*. M: Flinta, 2018. (In Rus.)
9. Marshall McLuhan. *Understanding media. The Extensions of Man*. M: Kuchkovo pole, 2018. (In Rus.)
10. Volkov, Yu. G. Creative class versus imitation practices. *Humanitarian of the South of Russia*, no. 1, pp. 43–58, 2012. (In Rus.)
11. Fortova, L. K., Matyukhina, O. S. Research on the problem of virtual addictions of minors in Russian and foreign science. *The world of science, culture, education*, no. 2, 2018. Web. 10.05.2022. URL: <https://cyberpsy.ru/articles/issledovanie-problemy-virtualnyh-addikcij/> (In Rus.)
12. Johan Huizinga. *Homo Ludens. Proeve eener bepaling*. SPb: Izd-vo Ivana Limbaha, 2011. (In Rus.)
13. Markov, B. V. *Body memory and digital communication* M: Prospekt, 2022. (In Rus.)
14. Batyuta, E. A. Competent consumer in imitation culture. *Omsk Scientific Bulletin*, no. 5, pp. 122–125, 2008. (In Rus.)
15. Giddens, A. *The transformation of intimacy. Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. SPb: Piter, 2004. (In Engl.)
16. Shapinskaya, E. N. Escapism in cyberspace: limitless possibilities and new dangers. *Culturological journal*, no. 2, 2013. Web. 10.05.2022. <https://cyberleninka.ru/article/n/eskapizm-v-kiberprostranstve-bezgranichnye-vozmozhnosti-i-novye-opasnost>. (In Rus.)

Information about author

Fortunatov Anton N., Doctor of Philosophy, Professor; Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; 23 Gagarina ave., Nizhny Novgorod, 603028, Russia; e-mail: anfort1@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0001-6822-2003>.

For citation

Fortunatov A. N. The Axiology of Imitative Communication: Formulation of the Problem // *Humanitarian Vector*. 2022. Vol. 17, No. 4. PP. 32–38. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-4-32-38.

Received: May 20, 2022; approved after reviewing June 25, 2022; accepted for publication June 30, 2022.