

Научно-исследовательская

УДК 316.752

DOI: 10.25688/2078-9238.2022.43.3.4

ТРАНСФОРМАЦИЯ МОРАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Н. А. Трубина

Московский городской педагогический университет,
2-й Сельскохозяйственный пр., 4, Москва, Россия, 129226,
Trubina-481@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2845-6929>

Л. Р. Миркушина

Московский городской педагогический университет,
2-й Сельскохозяйственный пр., 4, Москва, Россия, 129226,
mirkushinalr@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7461-576X>

Аннотация. Статья посвящена активному развитию цифровизации общественной жизни, усиленным фактором которой стала пандемия коронавируса, в результате чего происходит процесс перемещения коммуникации в цифровое пространство, транспонируя за собой и вектор ценностных отношений общества. Цель исследования заключалась в верификации гипотезы о трансформации моральных ценностей в цифровой коммуникации с помощью эмпирического метода. В результатах исследования установлено, что формируются предпосылки к изменению; это отличает данное исследование от предшествующих, в которых ранее был установлен факт полной трансформации моральных ценностей и переход современного молодого поколения к ценностям цифровой среды. Было установлено, что для современного молодого поколения традиционные моральные ценности, в частности любовь и дружба, все также остаются значимыми, несмотря на то что переходят в цифровой формат. На сегодняшний день не сформирован кодекс морали для построения отношений в цифровой среде, поэтому отследить состояние моральных ценностей в цифровой коммуникации, имеющих релятивный характер, без обращения к эмпирическим методам невозможно. Значимость решения данной проблемы через обозначенный подход определяется тем, что человек и моральные ценности в цифровой реальности — это новое проблемное поле современной философской антропологии и аксиологии. От состояния моральных ценностей в современной цифровой среде зависит будущее общества, его духовно-нравственные основы. Дополнительное внимание к проблеме ценностей в цифровой коммуникации поможет в решении этических принципов и формированию в будущем стабильной обстановки в обществе, снижению тревожности, психологической напряженности. Комплексные характеристики дают возможность в полной мере оценить масштабы и динамику этапа цифрового перехода, его риски, ведь такая социальная повестка повлечет за собой корректировку стратегии на государственном уровне.

Ключевые слова: цифровизация, коммуникация, ценность, мораль, трансформация, этика, пандемия

Для цитирования: Трубина Н. А., Миркушина Л. Р. Трансформация моральных ценностей в цифровой коммуникации // Вестник МГПУ. Серия «Философские науки». 2022. № 3 (43). С. 44–56. DOI: 10.25688/2078-9238.2022.43.3.4

Scientific research

UDC 316.752

DOI: 10.25688/2078-9238.2022.43.3.4

TRANSFORMATION OF MORAL VALUES IN DIGITAL COMMUNICATION

Natalia A. Trubina

Moscow City University,

Vtoroj Sel'skohozyajstvennyj pr., 4, Moscow, Russia, 129226,

Trubina-481@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2845-6929>

Liya R. Mirkushina

Moscow City University,

Vtoroj Sel'skohozyajstvennyj pr., 4, Moscow, Russia, 129226,

mirkushinalr@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7461-576X>

Abstract. The article is devoted to the active development of the digitalization of public life, an intensified factor of which was the coronavirus pandemic. The result there is a process of moving communication into the digital space, transposing the vector of society's value relations. The purpose of the study was to verify the hypothesis about the transformation of moral values in digital communication using an empirical method. The results of the study found that the prerequisites for change are being formed, which distinguishes this study from the previous ones, in which the fact of a complete transformation of moral values and the transition of the modern young generation to the values of the digital environment was previously established. It was found that for the modern young generation, traditional moral values, in particular love and friendship, still remain significant, despite the fact that they are being transferred to a digital format. To date, a moral code has not been formed for building relationships in the digital environment, therefore, it is impossible to track the state of moral values in digital communication, which are of a relative nature, without resorting to empirical methods. The significance of solving this problem through the indicated approach is determined by the fact that a person and moral values in digital reality are a new problem field of modern philosophical anthropology and axiology. The future of society, its spiritual and moral foundations depend on the state of moral values in the modern digital environment. Additional attention to the problem of values in digital communication will help in addressing ethical principles and the formation of a stable environment in society in the future, reducing anxiety and psychological tension. Comprehensive characteristics make it possible to fully assess the scale and dynamics of the digital transition stage, its risks, because such a social agenda will entail an adjustment of the strategy at the state level.

Keywords: digitalization, communication, value, morality, transformation, ethics, pandemic

For citation: Trubina N. A., Mirkushina L. R. (2022). Transformation of moral values in digital communication // *MCU Journal of Philosophical Sciences*, 2 (42), 44–56. <https://doi.org/10.25688/2078-9238.2022.43.3.4>

Введение

Исследования проблемы моральных ценностей становятся особенно актуальными в периоды социальных перемен. Глобальный переход мирового сообщества к цифровизации ведет к изменениям во всех его сферах. Цифровизация затрагивает все аспекты деятельности человечества, изменяя сложившийся образ жизни, мышления, поведения, коммуникации, формирует облик современного общества, что не может не повлиять на сформированную систему моральных ценностей. Усиленный фактором пандемии коронавируса процесс перемещения коммуникации в цифровое пространство, транспонирует за собой и вектор ценностных отношений общества, необходимых для его существования.

Проблема исследования моральных ценностей в системе цифровой коммуникации не получила целостного целенаправленного научного ответа, который был бы подкреплён эмпирическими данными, полученными из оценок и суждений состояния моральных ценностей обществом. Причинами отсутствия целостного представления в решении данной проблемы являются слабое понимание того, что такое цифровое пространство, быстрые темпы развития самой коммуникации в цифровой реальности, отсутствие осознанности масштабов влияния цифрового пространства на моральные ценности, а также сложность изучения самой проблемы, так как субъект исследования — человек и объект исследования — моральные ценности, заключённые в человеке, синкретичны. Современные научные исследования проблемы моральных ценностей в цифровой коммуникации имеют частный характер. Обращение к актуальным подходам и аспектам изучения проблемы смогут дать целостное представление о состоянии моральных ценностей в цифровой коммуникации.

Регуляции поведения и отношений людей в обществе, становление сознания индивида, самоидентификация личности, отношение к собственной свободе и свободе другого напрямую зависят от моральных ценностей. Коммуникация, построенная на моральных ценностях добра, дружбы, любви, ответственности, совести, справедливости, долга, чести, достоинства человека отличается высоким уровнем духовности и несет в себе гуманистический смысл. Коммуникация же в изучении моральных ценностей выполняет методологическую функцию, через содержание и способы передачи информации позволяет установить ценностную парадигму общества.

В едином цифровом пространстве происходит взаимодействие участников коммуникационного процесса, построенного на следующих принципах: отсутствия временных и пространственных ограничений и препятствий, достаточно лишь иметь доступ к Сети; анонимности, что способствует открытости и свободе общения; равноправию лиц, участвующих в коммуникации, позволяющее выражать каждому собственное мнение; выбора собеседника, исключая тем самым нежелательные контакты. Участники процесса коммуникации имеют свободу выбора языка и манеры общения, а также возможность выразить

свои чувства, эмоции и моральные решения, которые опосредованы техническими средствами коммуникации [Dijk, 2006], и репрезентируются через систему знаков, символов, изображений. Принципы цифровой коммуникации становятся факторами, влияющими на мышление общества, формируя его утилитарность и мобильность. Сознание молодых участников цифровой коммуникации отличается фрагментарностью и дискретностью, так как большую часть времени на него оказывает воздействие техническая среда. Происходят изменения в обществе, трансформируется культура, менталитет общества, цифровая эпоха формирует новую ценностную парадигму, которая зачастую обуславливает условия существования социума в целом, а также обеспечивает экзистенциальную идентичность [Касавина, 2018, с. 135].

Проблема моральных ценностей в цифровом пространстве, а в частности коммуникации, приобрела актуальную значимость в научной среде. За последние 20 лет были созданы научные центры изучения этических особенностей поведения человека в цифровой реальности (International Center for Information Ethics, Center for Digital Ethics and Policy at Loyola). Современные научные разработки по теме сводятся к умозаключениям, построенным вне процедуры верификации, о трансформации моральных ценностей среди молодого поколения и имеют непредсказуемые последствия для общества в целом и для государства. А. В. Подстрахова видит проблему в несовпадении морально-этических установок между старшим поколением и молодым, которое уже не знает жизни вне Сети. Такие моральные ценности, как любовь, взаимоуважение, честность, достоинство, патриотизм, верность, альтруизм, трудолюбие, уважение к старшим, оказались неактуальными для современной молодежи, проводящей большую часть своего времени в Сети [Чудакова, Батарова, 2018]. На основе статистических данных, полученных путем социального опроса, ученые пришли в своем исследовании к выводу, что на смену старым ценностям приходят новые — цифровые ценности: информация, прозрачность, стандартизация, функциональность, гибкость, скорость передачи информации, ориентированность на выгоду, ориентированность на лайки, стремление к комфорту [Фактор и др., 2018, с. 98]. Н. В. Осинцева, И. А. Муратова видят в доступности информации, получаемой из Сети, о трагедиях, катастрофах причину утраты человеком способности сопереживания, которое ведет к хладнокровию, жестокости, черствости.

Пандемия коронавируса еще больше ускорила многие тренды цифрового развития: в условиях ограничений и борьбы с вирусом произошла форсированная цифровизация различных областей человеческой деятельности и обусловила продвижение дистанционных моделей взаимодействия. Эти два фактора: пандемия и дистанционная модель взаимодействия привели к утрате доверия, как важного измерения человеческого опыта, разрушая паутину человеческих отношений [Kramer, Faustino, 2021, с. 522].

Ссылаясь на существующие научные разработки в решении проблемы, следует обозначить подход данного исследования, заключающийся в эмпирическом подтверждении сформировавшейся идеи о трансформации моральных ценностей

в цифровую коммуникацию. На сегодняшний день не сформирован кодекс морали для построения отношений в цифровой среде, поэтому отследить состояние моральных ценностей в цифровой коммуникации, имеющих релятивный характер, без обращения к эмпирическим методам невозможно.

Цель исследования заключается в верификации гипотезы о трансформации моральных ценностей в цифровой коммуникации современного российского общества. Для достижения указанной цели требуется решить следующие задачи: обозначить возможные проблемы коммуникации цифрового пространства; выявить, как влияет удаленная коммуникация на осмысление таких категорий, как дружба, справедливость; сравнить проявление участников общения в реальной и виртуальной плоскости; понять, изменились ли традиционные ценности в киберпространстве, такие как любовь, совесть, честь.

Методы

В связи с установленной целью были использованы следующие принципы, законы, методы и подходы.

Экзистенциально-аксиологический подход определил контекст изучения научной проблемы. Исследования проблемы человека и проблемы его ценностей в истории философии осуществлялись в аспектах окружающего его бытия.

Метод сбора эмпирической информации — опрос в формате онлайн-анкетирования был использован для того, чтобы апробировать гипотезу: «трансформировались ли моральные ценности в цифровой коммуникации». Опрос проводился по разработанным вопросам, представленным в приложении Google-Docs. Все вопросы были сформулированы согласно цели и задачам исследования. Доступ к интернет-голосованию имели учащиеся Московского городского педагогического университета и все желающие, готовые добровольно пройти опрос. Целевой аудиторией опроса были студенты 2, 3, 4-х курсов (18–24 года, 81 %), родившиеся после 1997 года, так как это поколение будет задавать основные тенденции в будущем, влиять на экономические, политические аспекты общества, и непосредственно его духовно-нравственное содержание. Однако в опрос были включены респонденты других возрастных категорий (17,4 %), поэтому репрезентативность полученных ответов может быть трактована по-разному. Всего в опросе приняли участие 438 человек. Выборка репрезентативна по гендерной принадлежности, возрасту, образованию.

Результаты

В результате проведенного опроса было выявлено, что по критерию пола и возраста респонденты разделились следующим образом: из 438 человек,

принявших участие в интернет-голосовании, 79,4 % женщин, 20,6 % мужчин. Структура выборки по возрастам сложилась следующим образом: 81,1 % — 18–24 лет; 17,5% — 25–49 лет; 1,4 % — 50 лет и старше. По уровню образования респондентов можно сделать вывод, что чуть больше половины опрошенных имеют неполное высшее образование — 56,9 %, 19,4 % — среднее, высшее образование — 18 %, неполное среднее (общее) — 4,4 %, дошкольное — 0,8 %, начальное — 0,5 %.

Ответы на вопрос «Для чего Вы чаще всего используете гаджеты?» распределились следующим образом: подавляющее большинство опрошенных — 89,7 % — используют гаджеты для социальных сетей и общения с людьми в блогах, на втором месте — 86,5 % опрошенных — используют для поиска информации для учебы, на третьем — 78,3 % — для поиска информации для себя, хобби и т. д., 73,1 % — для просмотров видео, 64,8 % — для работы и учебы; 52,2 % — для онлайн-покупок, 40,6 % — чтобы занять время; 12,3 % — для знакомств. Из результатов опроса можно сделать вывод, что интернет-площадка — это один из главных каналов коммуникации для современного поколения.

На вопрос «Встречались ли Вы с буллингом, агрессией в цифровом пространстве?» 66,8 % респондентов ответили «да», 33 % — «нет». Этот результат отражает, что ситуация кибербуллинга и травли является одной из важных проблем, с которой сталкиваются респонденты.

На вопрос «Удавалось ли Вам найти друзей на просторах Интернета?» ответ «да» — 73,7 %, «нет» — 26,1 %. На вопрос «Получается ли у Вас поддерживать дружеские отношения только посредством мессенджеров?» 62,2 % респондентов ответили «да», 37,8 % — «нет».

Согласно ответам, на вопрос «Чувствуете ли Вы разницу в общении с собеседником в сети и во время живой коммуникации» 88,1 % ответили «да», 11,9 % — «нет». На вопрос «Верите ли Вы в то, что можно влюбиться в сети Интернет?» 57,3 % ответили «да», 42,5 % — «нет». На вопрос «Влюбленность посредством цифровой реальности...» респонденты дали ответ: 39,7 % — «наступает медленнее», 30,7 % — наступает быстрее», 29,6 % — «пропустить». На вопрос «Влюбленность в условиях цифровой реальности...» респонденты ответили 43,7 % — «пропустить», 42,5 % — «проходит быстрее», 13,8 % — «проходит медленнее». На вопрос «Совпадает ли в Вашем представлении образ собеседника в сети и в реальной плоскости?» были следующие ответы: 59,4 % — «нет», 40,6 % — «да». На вопрос «Испытываете ли Вы навязчивое желание открыть сетевые каналы, мессенджеры?» ответы разделились практически поровну: 50,2 % — «нет», 49,8 % — «да». На вопрос «Дает ли цифровое пространство Вам ощущение отсутствия одиночества?» ответы составили: 53,2 % опрошенных — «нет», 46,6 % — «да».

На вопрос «Часто ли Вы сталкивались в цифровом пространстве с нарушением норм добра и зла?» 60,6 % опрошенных ответили «чаще, чем в реальности», 23,2 % — «реже, чем в реальности», 16,3 % — «не сталкивался». На вопрос «В каком пространстве Вам проще начать знакомство, общение?» респонденты

ответили: 45,8 % — «не имеет значения», 27,5 % — «в реальном», 26,8 % — «в цифровом». На вопрос «В каком пространстве безнравственные поступки чаще остаются безнаказанными?», по мнению опрошенных: 60,9 % — «в цифровом», 28,6 % — «не имеет значения», 10,1 % — «в реальном». На вопрос «Где Вы чаще встречаете проявление добра, долга, чести, совести в совершаемых поступках», 46,6 % респондентов ответили — «в реальной действительности», 41,8 % — «в равной степени», 11,6 % — «в цифровом пространстве».

Дискуссионные вопросы

Полученные результаты указывают на активную вовлеченность современного российского общества, как старшего, так и молодого поколения, независимо от пола и уровня образования в пространство цифрового взаимодействия и коммуникации. Следовательно, результаты исследования приобретают социальную значимость, поскольку в них отражены основные предпосылки трансформации моральных ценностей, которые образуют духовный каркас общественных отношений.

Апробация теоретических положений на эмпирическом уровне позволила установить факт изменчивости традиционных моральных ценностей в цифровой коммуникации, который способствует комплексному пониманию проблемы.

Оригинальность исследования представлена результатами, которые имеют отличия от результатов ранее опубликованных работ по части следующих выводов. Е. А. Чудакова, Т. В. Батарова констатировали в своих трудах, что для современного молодого поколения, проводящего большую часть времени в Сети, традиционные моральные ценности не являются актуальными. В трудах Л. Р. Усмановой обозначен кризис семейных ценностей современного общества по социокультурным и экономическим причинам. Британскими учеными было выявлено, что при использовании смартфонов моральные суждения людей становятся более утилитарными (по сравнению с деонтологическими), вследствие абстрактного представления о действиях и психологической дистанции, которое влияет на отношение между различными уровнями истолкования [Varque-Duran, et al., 2017, с. 190–194]. Напротив, полученные в результате апробации выводы говорят о том, что для современного молодого поколения традиционные моральные ценности все также остаются значимыми, несмотря на то что формируются и укрепляются в обществе и цифровые ценности. Это можно обосновать тем, что молодое поколение переносит моральные ценности в цифровое пространство. В цифровой среде сегодня: находят друзей — это отмечено 73,3 % респондентами, поддерживают дружеские отношения только посредством мессенджеров — 62,2 %, и даже могут влюбляться — 57,3 %. Особенности любви и влюбленности в виртуальном пространстве были рассмотрены авторами Н. А. Трубиной и Н. Г. Краснояровой, отмечалось, что объект влюбленности представляет

собой виртуальный бестелесный образ, воздействующий на сознание влюбленного. Результаты исследования дополняют предшествующие исследования, установлен тот факт, что влюбленность посредством цифровой реальности «наступает быстрее» — 30,7 %, и «проходит быстрее» — 42,5 %. Закономерно, что такие результаты установлены, поскольку объектом влюбленности является не воспринимаемый целостно человек, а только его ощущения через виртуальный образ.

Результаты опроса установили факты, подтверждающие идеи исследований Н. В. Осинцевой, И. А. Муратовой о том, что доступность информации о трагедиях, катастрофах стала причиной утраты человеком способности сопереживать и ведет к хладнокровию, жестокости, черствости: 66,8 % респондентов отметили, что встречались в цифровом пространстве с буллингом и агрессией; 60,9 % ответили, что в цифровом пространстве безнравственные поступки, чаще чем в реальности, остаются безнаказанными, а нарушение норм добра наблюдается 60,6 % респондентами в цифровой среде. Полученные данные являются свидетельством отсутствия кодекса морали при выстраивании отношений и коммуникации в цифровой реальности.

Данные, полученные вследствие процедуры верификации настоящего исследования, также обосновывают идеи как современных ученых, так и классиков в вопросах трансформации человека, находящегося под влиянием цифровой техники. Такие исследователи, как А. Турен, Э. Тоффлер, считали, что важными признаками информационного общества являются креативность, содействие индивидуального развития и культурного своеобразия. Негативной стороной данного процесса они считали проблему идентичности личности. Э. М. Молчан установил, что вследствие чрезмерного разнообразия виртуальных сред общения, способов самопрезентации: аватаризации субъектов, использования масок дополненной реальности, — с одной стороны, увеличивается выбор для пользователя, скрывая возможные недостатки, а с другой стороны, сильнее погружает в мир фантомов и мифологических объектов [Молчан, 2019, с. 58–59], отдаляя от себя самого. На основе результатов исследования можно с уверенностью утверждать, что в современности действительно грань между реальностью и цифровым пространством стирается. Основные привычные для повседневной реальности процессы жизнедеятельности, отношений и коммуникации переносятся в цифровую среду. Данный тезис сформулирован на основе ответов респондентов на вопрос: «Для чего Вы чаще всего используете гаджеты?» В большинстве случаев гаджеты используются именно в коммуникативных целях — 89,7 %. С целью поиска информации для учебы — 86,5 %, для себя, хобби — 78,3 %. В досуговых и трудовых целях гаджеты используют для просмотра видео — 73,1 %, а также для работы и учебы — 52,2 %. Шопинг постепенно переносится в цифровое пространство, что отмечено 52,2 % респондентов, 40,6 % респондентов используют гаджеты, чтобы занять время, а 12,3 % опрошенных совершают знакомства в цифровой сети.

В публикациях Т. В. Данилкиной установлено, что в процессе виртуализации и технического прогресса стираются границы между «реальным» человеком и его программно-компьютерной симуляцией, что может привести в дальнейшем к возможной деантропологизации субъекта коммуникации [Данилкина, 2021, с. 187]. Это положение находит обоснование в ответах на вопрос «Совпадает ли в Вашем представлении образ собеседника в сети и в реальной плоскости?», где ответ «да» — 59,4 %, и «нет» — 40,6 % являются почти равнозначными, что свидетельствует об изменениях в восприятии человеком объектов цифровой реальности как подлинно реальных, а также «В каком пространстве Вам проще начать знакомство, общение?», респонденты не видят трудностей, 45,8 % — «не имеет значения», 27,5 % — «в реальном», 26,8 % — «в цифровом». У Patridge и Botz-Borstein сформулирована мысль о том, что личность, подвергаясь воздействию многообразия предоставляемой информации, подвергается деструктивному влиянию, все больше отдаляясь от природы, привязываясь к миру техники, вызывая при этом аутические симптомы [Patridge, 2011; Botz-Borstein, 2004]. Особенно остро данная зависимость прослеживается у основных участников современного образовательного пространства — поколения Z, чье взросление пришлось на цифровую эпоху. Они с рождения задействованы в электронной культуре, и это существенно отражается на всей системе ценностей данного поколения, формируя новое ценностно-мировоззренческое ядро молодежи. Опрос показал, что «навязчивое желание открыть сетевые каналы, мессенджеры» существует практически у половины респондентов — 49,8 %, и также почти половина респондентов имеет «ощущение отсутствия одиночества» — 46,6 %, и 53,2 % — такого ощущения не имеют.

Исследование показало, несмотря на воздействие цифровой среды на жизнедеятельность, поведение и мышление современного человека, человек не может отказаться от фундаментальных моральных ценностей, образующих духовные основы отношений. Формируются предпосылки к трансформации моральных ценностей в цифровой коммуникации, параллельно же формируются ценности, необходимые для построения взаимоотношений в цифровой реальности. Дальнейшее исследование проблемы должно учитывать факт предпосылок трансформации моральных ценностей в цифровой коммуникации и принимать во внимание, что альтернативные ценности цифровой среды могут постепенно вытеснять традиционные моральные ценности.

Заключение

Таким образом, исследование еще раз подтверждает, что цифровая среда является важным каналом коммуникации для современного поколения, где реализуются важные составляющие человеческой социализации: передача идей, обмен опытом и эмоциями, самопрезентация с помощью новых инструментов, а главное, перенос традиционных ценностей в цифровую среду и формирование

новых. В связи с тем, что способ существования ценностей неразрывно связан с социальным опытом, являясь элементом человеческой личности, а в эпоху глобализации и ускоренных темпов цифровизации личность испытывает на себе влияние данных процессов, следовательно, претерпевает изменения и иерархия социальных ценностей, в том числе и моральных.

Подтвердился следующий тезис о нарушении безопасности в киберпространстве, а именно о нарастании этических проблем информационного мира, вследствие отсутствия четких этических принципов и норм, что может привести к росту нестабильности социальных систем, на что также указывает Л. В. Баева.

Обосновывается положение, что в цифровой среде и в реальности образ субъекта общения существенно различается в связи с отсутствием чувственной компонентой общения, а также анонимизацией. Однако важно отметить, в результате апробации было выявлено, что для современного молодого поколения традиционные моральные ценности, в частности любовь и дружба, все также остаются значимыми, несмотря на то что переходят в цифровой формат.

Цель исследования заключалась в верификации гипотезы о трансформации моральных ценностей в цифровой коммуникации с помощью эмпирического метода. В результатах исследования установлено, что формируются предпосылки к изменению, это отличает данное исследование от предшествующих, в которых был установлен факт полной трансформации моральных ценностей и переход современного молодого поколения к ценностям цифровой среды.

Дополнительное внимание к проблеме ценностей в цифровой коммуникации поможет в решении этических принципов и формирования в будущем стабильной обстановки в обществе, снижения тревожности, психологической напряженности. Комплексные характеристики дают возможность в полной мере оценить масштабы и динамику этапа цифрового перехода, его риски, ведь такая социальная повестка повлечет за собой корректировку стратегии на государственном уровне.

Список источников

1. Баева Л. В. Информационная этика в условиях развития электронной культуры. // Информационное общество. 2020. № 6. С. 36–46. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44506330>
2. Данилкина Т. В. Антропологические и аксиологические аспекты анонимности коммуникации // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2021. № 2. С. 176–188. DOI: 10.24412/2071-6141-2021-2-176-188
3. Касавина Н. А. Человек и техника: амбивалентность электронной культуры // Эпистемология и философия науки. 2018. № 55 (4). С. 129–142. DOI: 10.5840/eps201855479
4. Краснаярова Н. Г., Трубина Н. А. Модальности любви в бытии человека // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2013. № 12. С. 126–130. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21041289>

5. Молчан Э. М. Влияние цифровизации на формирование духовно-нравственных ценностей субъектов взаимодействия в эпоху глобализации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2019. № 2. С. 55–66. DOI: 10.18384/2310-7227-2019-2-55-66
6. Осинцева Н. В., Муратова И. А. Трансформация этических ценностей в условиях развития цифровых технологий // Манускрипт. 2020. № 13 (1). 171–175. DOI: 10.30853/manuscript.2020.1.35
7. Подстрахова А.В. Поколение «цифрового века»: жизненные ориентиры и образовательные ценности. // Молодой ученый. 2019. № 15 (253). С. 287–290. URL: <https://moluch.ru/archive/253/58044/>
8. Усманова Л. Р., Баева Л. В. Женщина как хранитель семейных ценностей в России (на основе анализа философского творчества В. В. Розанова) // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2013. № 1 (34). С. 161–165. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18981966>
9. Фактор А. М., Камолов С. Г., Никандорова А. А. Человеческие ценности в цифровую эпоху // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2018. № 2 (21). С. 86–103. URL: http://smart-city.institute/researches/FactorSoavtors_2_18_1.pdf
10. Чудакова Е. А., Баторова Т. В. Влияние Интернета на нравственные ценности молодежи. 2018. URL: <https://videouroki.net/razrabotki/vliianiie-intiernieta-na-nravstviennyie-tsiennosti-molodiezhi.html>
11. Barque-Duran A., Pothos E., Hampton J. A., Yearsle J. M. Contemporary morality: Moral judgments in digital contexts // Computers in Human Behavior. 2017. № 75. P. 184–193. DOI: 10.1016/j.chb.2017.05.020
12. Botz-Borstein T. Virtual Reality and Dreams. Towards the Autistic Condition? // Philosophy in the Contemporary World. 2004. № 11 (2). P. 43–49. DOI: 10.5840/pcw.200411218
13. Boyd D. Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications // Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Networking Sites, edited by Z. Papacharissi. 2011. P. 39–58. URL: <https://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>
14. Dijk J. Van. The Network Society. Social Aspects of New Media. 2006. URL: <http://www.bookre.org/reader?file=1244491>
15. Kramer E., Faustino M. Reconstructing Professional Philosophy: Lessons from Philosophy as a Way of Life During a Time of Crises // Revista Portuguesa de Filosofia. 2021. № 77 (2–3). P. 513–546. URL: https://doi.org/10.17990/rpf/2021_77_2_0513
16. Papacharissi Z. The Virtual Geographies of Social Networks: A comparative analysis of Facebook, Linked In and ASmallWorld // New Media & Society. 2009. № 11. P. 199–220. URL: https://www.academia.edu/4714527/The_virtual_geographies_of_social_networks_a_comparative_analysis_of_Facebook_LinkedIn_and_ASmallWorld
17. Patridge S. The Incurable Social Meaning of Video Game Imagery // Ethics and Information Technology. 2011. № 13. P. 303–312. DOI: 10.1007/s10676-010-9250-6
18. Toffler A., Toffler H. Revolutionary Wealth. Knopf Doubleday Publishing Group, 2007. 512 p. URL: <https://books.google.ru/books?id=bhIR2PD6zaoC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
19. Touraine A. After the Crisis. Polity Press, Cambridge, 2014. 180 p. URL: https://www.academia.edu/11867367/Alain_Touraine_After_the_Crisis_Polity_Press_Cambridge_2014_180pp

References

1. Baeva, L. V. (2020). Informacionnaja e`tika v uslovijah razvitija e`lektronnoj kul'tury`. [Information ethics in the development of electronic culture]. *Information society*, 6, 36–46. (In Russian).
2. Barque-Duran, A., Pothos, E., Hampton, J. A., & Yearsle, J. M. (2017). Contemporary morality: Moral judgments in digital contexts. *Computers in Human Behavior*, 75, 184–193. DOI: 10.1016/j.chb.2017.05.020
3. Botz-Borstein, T. (2004). Virtual Reality and Dreams. Towards the Autistic Condition? *Philosophy in the Contemporary World*, 11 (2), 43–49. DOI: 10.5840/pcw200411218
4. Boyd, D. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Papacharissi, Z. (Ed.). *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Networking Sites* (pp. 39–58). Retrived from <https://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>
5. Danilkina, T. V. (2021). Antropologicheskie i aksiologicheskie aspekty` anonimnosti kommunikacii. [Anthropological and axiological aspects of the anonymity of communication]. *News of the Tula State University. Humanitarian sciences*, 2, 176–188. (In Russian). DOI: 10.24412/2071-6141-2021-2-176-188
6. Dijk J., V. (2006). *The Network Society. Social Aspects of New Media*. Retrived from <http://www.bookre.org/reader?file=1244491>
7. Kasavina, N. A. (2018). Chelovek i tehnika: ambivalentnost` e`lektronnoj kul'tury`. [Man and technology: the ambivalence of electronic culture]. *Epistemology and philosophy of science*, 55 (4), 129–142. (In Russian). DOI: 10.5840/eps201855479
8. Krasnojaraova, N. G., & Trubina, N. A. (2013). Modal`nosti ljubvi v by`tii cheloveka. [Modalities of love in human existence]. *Human Science: Humanities Research*, 12, 126–130. (In Russian). Retrived from <https://elibrary.ru/item.asp?id=21041289>
9. Kramer, E., & Faustino, M. (2021). Reconstructing Professional Philosophy: Lessons from Philosophy as a Way of Life During a Time of Crises. *Revista Portuguesa de Filosofia*, 77 (2–3), 513–546. DOI: 10.17990/rpf/2021_77_2_0513
10. Molchan, Je. M. (2019). Vlijanie cifrovizacii na formirovanie duhovno-nravstvenny`h cennostej sub`ektov vzaimodejstvija v jepohu globalizacii. [The impact of digitalization on the formation of spiritual and moral values of the subjects of interaction in the era of globalization]. *Bulletin of the Moscow State Regional University*, 2, 55–66. (In Russian). DOI: 10.18384/2310-7227-2019-2-55-66
11. Osinceva, N. V., & Muratova, I. A. (2020). Transformacija e`ticheskikh cennostej v uslovijah razvitija cifrovy`h tehnologij. [Transformation of ethical values in the context of the development of digital technologies]. *Manuscript*, 13 (1), 171–175. (In Russian). DOI: 10.30853/manuscript.2020.1.35
12. Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Geographies of Social Networks: A comparative analysis of Facebook, Linked In and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11, 199–220. Retrived from https://www.academia.edu/4714527/The_virtual_geographies_of_social_networks_a_comparative_analysis_of_Facebook_LinkedIn_and_ASmallWorld
13. Patridge, S. (2011). The Incurable Social Meaning of Video Game Imagery. *Ethics and Information Technology*, 13, 303–312. DOI: 10.1007/s10676-010-9250-6
14. Podstrahova, A. V. (2019). Pokolenie «cifrovogo veka»: zhiznenny`e orientiry` i obrazovatel`ny`e cennosti [Generation of the «digital age»: life guidelines and educational values]. *Young scientist*, 15 (253), 287–290. (In Russian). Retrived from <https://moluch.ru/archive/253/58044/>

15. Toffler, A., & Toffler H. (2007). *Revolutionary Wealth*. Retrived from <https://books.google.ru/books?id=bhIR2PD6zaoC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
16. Touraine, A. (2014). *After the Crisis*. Retrived from https://www.researchgate.net/publication/281608269_After_the_CrisisBy_Alain_Touraine_Cambridge_Polity_Press_2014_first_published_in_French_2010
17. Usmanova, L. R., & Baeva, L. V. (2013). *Zhenshhina kak hranitel` semejny`h cennostej v Rossii (na osnove analiza filosofskogo tvorchestva V. V. Rozanova)* [Woman as a guardian of family values in Russia (based on the analysis of the philosophical work of V. V. Rozanov)]. *Caspian region: politics, economics, culture*, 1 (34), 161–165. (In Russian). Retrived from <https://elibrary.ru/item.asp?id=18981966>
18. Faktor, A. M., Kamolov, S. G. & Nikandorova A. A. (2018). Chelovecheskie cennosti v cifrovuju e`pohu. [Human values in the digital age]. *Modeling, optimization and information technologies*, 2 (21), 86–103. (In Russian). Retrived from http://smart-city.institute/researches/FactorSoavtors_2_18_1.pdf
19. Chudakova, E. A., & Batorova, T. V. (2018). *Vlijanie Interneta na npravstvenny`e cennosti molodezhi* [The influence of the Internet on the moral values of young people]. (In Russian). Retrived from <https://videouroki.net/razrabotki/vliianiie-intiernieta-na-npravstviennyie-tsiennosti-molodiezhi.html>

Информация об авторах / Information about the authors:

Трубина Наталья Алексеевна — кандидат философских наук, доцент общеуниверситетской кафедры философии и социальных наук, Московский городской педагогический университет.

2-й Сельскохозяйственный проезд, 4, Москва, Россия, 129226,
Trubina-481@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2845-6929>

Trubina Natalia Akekseevna — Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the University-wide Department of Philosophy and Social Sciences, Moscow City University.

Vtoroj Sel`skohozyajstvennyj proezd, 4, Moscow, Russia, 129226,
Trubina-481@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2845-6929>

Миркушина Лия Рафиковна — кандидат философских наук, ассистент общеуниверситетской кафедры философии и социальных наук, Московский городской педагогический университет.

2-й Сельскохозяйственный проезд, 4, Москва, Россия, 129226,
mirkushinalr@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7461-576X>

Mirkushina Liya Rafikovna — Candidate of Philosophical Sciences, Associate of the University-wide Department of Philosophy and Social Sciences, Moscow City University.

Vtoroj Sel`skohozyajstvennyj proezd, 4, Moscow, Russia, 129226,
mirkushinalr@mgpu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7461-576X>

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.