



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ЛЭТИ»
им. В.И. Ульянова (Ленина)

ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

ИНФОРМАЦИЯ КОММУНИКАЦИЯ ОБЩЕСТВО ИКО 2022

ТРУДЫ XIX ВСЕРОССИЙСКОЙ
НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

2 - 3 февраля 2022

Санкт-Петербург, 2022

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ “ЛЭТИ”
им. В. И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)**

ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

**ИНФОРМАЦИЯ
КОММУНИКАЦИЯ
ОБЩЕСТВО**

ИКО-2022

**ТРУДЫ
XIX ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
2 – 3 февраля 2022 г.**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2022**

УДК 1+3+81

Информация – Коммуникация – Общество (ИКО–2022): Труды XIX Всероссийской научной конференции / Санкт-Петербург, 2 – 3 февраля 2022 г. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ, 2022. – 379 с.

ISBN 978-5-7629-2965-3

Научная конференция ИКО–2022 представляет собой 19-й этап междисциплинарного проекта, направленного на исследование актуальных проблем развития общества и человека в XXI веке. В публикуемых материалах, представленных исследователями, работающими в различных областях социогуманитарного знания (философии, социологии, политологии, истории, лингвистики, теории коммуникации и др.), обсуждаются философия в цифровую эпоху; социологические и социально-политические исследования в цифровую эпоху; цифровое настоящее университета: социальные ресурсы и риски, парламентаризм в России: прошлое и настоящее; лингвистические исследования в цифровую эпоху; а также уделяется внимание трансформации стратегий профессиональных коммуникаций в цифровом обществе.

Редакционная коллегия: д. филос. н., проф. **Иванов Андрей Федорович** (*Главный редактор*); к. т. н., доц. **Гигаури Нина Константиновна** (*зам. Главного редактора*); к. филос. н., доц. **Пирайнен Евгения Викторовна** (*ответственный секретарь*); к. т. н., доц. **Гаркуша Владимир Николаевич**; д. и. н., проф. **Калашников Владимир Валерьевич**; к. полит. н., доц. **Строгецкая Елена Витальевна**; д. филол. н., доц. **Шумков Андрей Арнольдovich**

ISBN 978-5-7629-2965-3

УДК: 179.1

В. М. Михайлова (e-mail: victoria.mikhailova.work@gmail.com);

В. Ю. Перов (Санкт-Петербургский государственный университет, e-mail: vadimperov@gmail.com)

ЦИФРОВАЯ ПУБЛИЧНАЯ СФЕРА И ЭТИЧЕСКАЯ НОРМАТИВНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

(РНФ №22–28-00379)

В статье проведён этический анализ некоторых норм, регулирующих коммуникации в социальных сетях: ВКонтакте, Facebook и Telegram. Анализ учитывает концепцию этического дискурса, предложенную Юргеном Хабермасом. Рассмотрены такие этические характеристики социальных сетей, как равенство позиций и доступа к коммуникациям, а также независимость коммуникаций от внешнего влияния.

Социальные сети, этическая нормативность, публичная сфера, этический дискурс, равенство, независимость, конфиденциальность

С возникновением социальных сетей у многих появилась надежда, что они способны обеспечить условия для открытия цифровой публичной сферы, отвечающей идеям этики дискурса Ю. Хабермаса. Это связано с представлениями о равенстве в соцсетях, включая доступ к ним, а также – о независимости коммуникаций в соцсетях от внешнего влияния [1, С. 143]. Согласно Хабермасу, нравственный тон коммуникаций должен задаваться непосредственно в их процессе, то есть сами участники коммуникаций формируют такие этические нормы, которые их устраивают [2, С. 82]. По мнению тех, кто разделяет обозначенную выше надежду, с развитием социальных сетей «стала возможна интернет-коммуникация, сравнимая по своим возможностям со свободной коммуникацией граждан в концепции хабермасовской гражданской публичной сферы» [3, С. 62]. Другие считают, что, «несмотря на широко рекламируемый интерактивный характер», интернет-коммуникации больше подходят «для навязывания точки зрения, чем для диалога»: «взаимозависимость равных участников идеального коммуникативного процесса (согласно концепции Хабермаса) в условиях виртуальной толпы остается иллюзией» [4, С. 83].

Чтобы составить представление о потенциале социальных сетей стать тем местом, где может развернуться нечто приближенное к этическому дискурсу Хабермаса, стоит провести анализ их этической нормативности. Для исследования выбраны три социальные сети: Facebook, ВКонтакте и Telegram. Первые выбраны как наиболее распространенные соцсети на территории России, а Telegram – как пример сочетания социальной сети и мессенджера.

Непосредственным регулятором социальных сетей является их администрация. Этический кодекс может отсутствовать, в таком случае этические нормы рассеяны в административных документах, регулирующих деятельность в соцсети, и соседствуют здесь с юридическими и иными нормами. Сразу хотелось бы отметить, что множество объёмных документов (исключение составляют Правила пользования Telegram, которые содержат всего шесть строчек [5]) могут создать определённые затруднения для добросовестного пользователя, желающего узнать правила социальной сети. Документы могут обновляться социальной сетью в одностороннем порядке. Facebook заранее уведомляет пользователей и даёт возможность ознакомиться с изменениями до того, как они вступят в силу, если изменения не требуются по закону [6, п. 4.1]. Telegram специально уведомляет именно о важных изменениях [7, п. 11]. ВКонтakte оставляет за собой право не уведомлять пользователя [8, п. 2.4].

Равный доступ. Одним из базовых правил ведения этического дискурса, согласно Хабермасу, является равенство позиций. В некоторой степени можно согласиться с тем, что социальные сети дали возможность участвовать в коммуникациях независимо от пространственного или социального положения. С другой стороны, подобное требование не является безусловным. Во всех трёх взятых для анализа соцсетях их администрация оставляет за собой право заблокировать аккаунт пользователя – временно или навсегда. ВКонтakte может в любое время без уведомления и без объяснения причин в одностороннем внесудебном порядке прекратить доступ к социальной сети, в том числе удалив аккаунт пользователя [9, п. 10.4; п. 10.5]. Facebook не допускает у себя присутствия организаций или людей, которые совершают насилие или провозглашают намерение его совершить [10], а также в случае других серьёзных нарушений. Telegram тоже может заблокировать аккаунт [11, п. 5.3], но здесь стоит принять во внимание возможность подключиться заново, используя другой номер телефона. Таким образом, можно сказать, что равенство доступа в Facebook и ВКонтakte (а частично – и в Telegram) обеспечено примерно равной возможностью быть лишённым его.

Независимость и конфиденциальность. В контексте данной темы важно влияние на пользователей при обработке их данных. Помимо того, что персональные данные становятся своеобразным товаром, в обмен на который люди получают возможность пользоваться социальными сетями, ещё одной темой для размышлений становится «цифровой тоталитаризм», который связан с использованием соцсетей для политического контроля. Современные технологии позволяют не только определять даже незаявленные открыто политические предпочтения [12, С. 1–4], но и прогнозировать результаты выборов [13, С. 23–28], а также влиять на популярность политической кампании или иной инициативы [14, С. 2].

Данные пользователей ВКонтakte могут обрабатываться соцсетью и передаваться третьим лицам в соответствии с российским законодательством

[8, п. 5.8]. ВКонтакте провозглашает принцип добросовестности при обработке персональных данных и обозначает, что цели обработки соответствуют «целям, заранее определенным и заявленным при сборе персональных данных, а также полномочиям Администрации Сайта» [15, п. 5.1].

Политика использования данных [16] Facebook отличается высокой детализацией. Facebook может использовать не только информацию о пользователе из социальной сети, но также обрабатывать изображения с камеры, информацию из телефонной книги (если пользователь открыл к ним доступ). Помимо этого, Facebook может обрабатывать информацию о действиях пользователя вне соцсети, которую предоставляют партнёры. Собранная информация используется для различных целей: улучшения продуктов, обеспечения безопасности, таргетированной рекламы, а также для проведения «исследований и внедрения инноваций для общественного блага» [16]. Facebook может передавать (но не продавать) данные партнёрам: рекламодателям, поставщикам товаров и услуг, партнёрам по измерениям, учёным, органам государственной власти – по официальному запросу или по иным веским причинам. При этом пользователь Facebook может в некоторой степени регулировать то, как обрабатываются его данные: с помощью настроек конфиденциальности в своём профиле.

В политике конфиденциальности Telegram обозначены два основных принципа: 1) Telegram не использует данные пользователей для показа рекламы и 2) хранит только те данные, которые необходимы ему для работы в качестве безопасной и многофункциональной службы обмена сообщениями [7, п. 1.1]. Помимо этого, в Telegram есть функция секретных чатов со сквозным шифрованием, содержание которых не хранится на серверах мессенджера и может быть доступно только на том устройстве, с которого пользователь вёл переписку, а также на устройстве получателя [7, п. 3.3.2]. Кроме того, сообщения в секретных чатах можно оснастить таймером самоуничтожения [7, п. 10.3]. Для защиты данных, не охваченных сквозным шифрованием, Telegram использует распределённую инфраструктуру, благодаря которой может гарантировать: «ни одно правительство или блок стран-единомышленников не могут посягать на частную жизнь людей и свободу выражения мнений. Telegram можно заставить отказаться от данных только в том случае, если проблема является серьёзной и достаточно универсальной, чтобы пройти проверку нескольких различных правовых систем по всему миру. На сегодняшний день мы раскрыли 0 байтов пользовательских данных третьим сторонам, в том числе правительствам» [17].

Кажется, что Telegram обеспечивает некоторую свободу коммуникаций от влияния: не использует данные пользователей для рекламы и декларирует их высокую сохранность от третьих лиц. Хотя нужно отметить, что такие условия в Telegram вызывают немало этических сомнений и критики.

Регулирование коммуникаций. Деятельность в социальных сетях регулируется правилами, источником которых выступает сплетение законодательства, этических представлений администрации сети и, в особых случаях, представлений самих пользователей.

Некоторые аспекты регулирования у взятых для анализа соцсетей очень похожи. Так, во всех трёх социальных сетях запрещено, помимо прочего, способствовать насилию, нарушать права на интеллектуальную собственность, распространять вирусы или иное вредоносное программное обеспечение, рассылать спам, заниматься мошенничеством [5] [6, п. 3.2] [8, п. 6.3]. Все три социальные сети оснащены специальными функциями, которые позволяют пользователям сообщить о нарушениях.

Однако во многом подходы к регулированию разнятся. Например, Telegram запрещает незаконный контент именно в «публичных местах» – каналах, ботах, стикерах и так далее. Чаты Telegram являются закрытыми и запросы, связанными с ними, не обрабатываются [17]. Также Telegram отмечает свою несолидарность с местными ограничениями свободы слова. Например, если критика правительства является незаконной в какой-либо стране, Telegram «не будет частью такой политически мотивированной цензуры» [17].

ВКонтакте запрещает формировать и продвигать объединения, «которые распространяют идеологию вражды, насилия, преследования людей и вмешательства в чужую частную жизнь. Даже в виде закрытых групп» [18]. Также ВКонтакте запрещает «размещать любую информацию, которая, по личному мнению администрации, является нежелательной, не соответствует целям создания сайта ВКонтакте, ущемляет интересы пользователей или по другим причинам является нежелательной для размещения» [8, п. 6.3.15]. Пользователь обязан уведомлять администрацию ВКонтакте обо всех случаях совершения в социальной сети в отношении пользователя действий, которые могут быть расценены как оскорбительные, унижающие, дискредитирующие и тому подобные [9, п. 7.2.9]. ВКонтакте может по своему усмотрению изменять (модерировать), блокировать или удалять любой нарушающий запреты контент [8, п. 8.6]. При этом ВКонтакте не удаляет, а помечает некоторую информацию, которая может быть потенциально опасной: «Например, вы увидите предупреждение, если решите зайти в некоторые группы. Среди них те, где регулярно публикуются записи, отрицающие существование ВИЧ и СПИДа. На предупреждающем экране мы предложим прочитать материалы, основанные на позиции Всемирной организации здравоохранения» [19].

Facebook стремится ранжировать нарушающий правила контент по степени его вредности и применять соразмерные санкции, а в спорных ситуациях – уточнять контекст. Например, на Facebook запрещён в том числе контент, изображающий насилие над детьми. Хотя видео или фото, на которых изображены полицейские или военнослужащие, совершающие насилие над детьми, не связанное с действиями сексуального характера, разрешаются: к ним добав-

ляется экран с предупреждением о том, что контент может оказаться шокирующим, а также ограничивается возможность просмотра людьми, не достигшими 18 лет. В этот же раздел правил Facebook о насилии над детьми включено правило, в соответствии с которым «видео или фото насильственного погружения ребенка в воду в контексте религиозных обрядов» сопровождается экраном с предупреждением о том, что «увиденное может расстроить пользователей» [20].

В некоторых случаях Facebook разрешает публикацию контента, который в иных ситуациях считался бы нарушающим нормы. Например, когда считает его достойным публикации или представляющим общественный интерес [21]. Так, на Facebook разрешена конкретная фотография, на которой изображена обнажённая девочка, пострадавшая от напалма. Для регулирования таких случаев у Facebook есть специальный документ, посвящённый принципам отбора контента, достойного публикации [22].

Facebook не удаляет «фальшивые» новости, но значительно сокращает их распространение, показывая их ниже в ленте новостей [23], при этом стремится удалять отредактированные с целью манипуляции медиафайлы, наподобие deepfake [24].

В целом, если Facebook станет известно о нарушающем правила контенте, он может удалить контент, заблокировать или ограничить доступ к определенным функциям, отключить аккаунт или обратиться в правоохранительные органы (если считает, что существует реальный риск причинения физического вреда или прямая угроза общественной безопасности [25]), а также – предложить помощь [6, п.1].

Несмотря на существенные отличия в этическом подходе к регулированию коммуникаций, можно сделать вывод, что все три социальные сети поддерживают не просто процедурный, но – содержательный подход к регулированию.

Выводы. Вопросы о развитии цифровой публичной сферы в социальных сетях наталкиваются на существенные затруднения. Так, нравственный тон коммуникаций по большей части не формируется в их процессе, а задаётся извне. Коммуникации регулируются не только законодательными рамками, но и представлениями администрации соцсетей. Можно считать, что равенство позиций не обеспечено, так как равный доступ к коммуникациям ограничен возможностью администрации заблокировать любой аккаунт. Независимость коммуникаций вступает в противоречие с возможностью влиять на них извне, в том числе при обработке информации пользователей в коммерческих, политических и иных целях. Также можно сделать вывод, что коммуникации регулируются администрацией с применением не просто процедурных, но и содержательных этических позиций. При этом подходы к регулированию у взятых для примера соцсетей разнятся. Кажется, что Telegram в большей мере обеспечивает равенство позиций и доступа к коммуникациям, а также в меньшей

мере стремится регулировать эти коммуникации. Однако важно отметить, что этический подход Telegram у многих вызывает сомнения и критику.

Если исходить из представленных выводов, можно сказать, что условия для развития цифровой публичной сферы в социальных сетях далеки от идеальных. Однако нельзя сказать, что такие условия делают развитие цифровой публичной сферы в принципе невозможным.

Источники:

1. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб: Изд-во «Наука», 2001.
2. Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб: Изд-во «Наука», 2001.
3. Товмасян Н. Т. Публичная сфера: контуры теоретического образа // Идеи и идеалы. Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. № 3 (33). С. 53–64.
4. Кёхлер Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? // Полис. Политические исследования. Австрия: Инсбрукский университет, 2013. № 4. С.75-87.
5. Terms of Service // Telegram. URL: <https://telegram.org/tos> (дата обращения: 19.12.21)
6. Пользовательское соглашение // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/legal/terms> (дата обращения: 19.12.21)
7. Telegram Privacy Policy // Telegram. URL: <https://telegram.org/privacy> (дата обращения: 19.12.21)
8. Правила пользования Сайтом ВКонтакте // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/terms> (дата обращения: 19.12.21)
9. Лицензионное соглашение // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/licence> (дата обращения: 19.12.21)
10. Опасные лица и организации // Нормы сообщества Facebook. URL: <https://telegram.org/privacy> (19.12.21)
12. Barbera P. Less is more? How demographic sample weights can improve public opinion estimates based on Twitter data // New York University: Center for Data Science. URL: <http://pablobarbera.com/static/less-is-more.pdf> (дата обращения: 11.01.22)
13. Ehsan ul Haq, Tristan Braud, Young D. Kwon, Pan Hui. A Survey on Computational Politics. URL: <https://arxiv.org/abs/1908.06069> (дата обращения: 11.01.22)
14. Margetts H. Understanding political turbulence // Proceedings of the 8th ACM Conference on Web Science – WebSci '16. URL: <https://sci-hub.se/10.1145/2908131.2908136> (дата обращения: 19.09.2021)

15. Правила защиты информации о пользователях сайта VK.com // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/privacy> (дата обращения: 19.12.21)
16. Политика использования данных // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/about/privacy/> (дата обращения: 19.12.21)
17. Telegram FAQ // Telegram. URL: <https://telegram.org/faq> (19.12.21)
18. Нормы платформы // Центр безопасности ВКонтакте. URL: <https://vk.com/safety?section=standards> (дата обращения: 19.12.21)
19. Недостоверная информация Центр безопасности ВКонтакте. URL: <https://vk.com/safety?section=misinformation> (дата обращения: 19.12.21)
20. Сексуальная эксплуатация детей, насилие над детьми и изображение обнаженного детского тела // Нормы сообщества Facebook. URL: <https://transparency.fb.com/ru-ru/policies/community-standards/child-sexual-exploitation-abuse-nudity/> (дата обращения: 19.12.21)
21. Нормы сообщества Facebook. URL: <https://transparency.fb.com/ru-ru/policies/community-standards/> (дата обращения: 19.12.21)
22. Наш подход к контенту, достойному публикации // Facebook. URL: <https://transparency.fb.com/ru-ru/features/approach-to-newsworthy-content/> (дата обращения: 19.12.21)
23. Фальшивые новости // Нормы сообщества Facebook. URL: <https://transparency.fb.com/ru-ru/policies/community-standards/false-news/> (дата обращения: 19.12.21)
24. Контент, содержащий манипуляции // Нормы сообщества Facebook. URL: <https://transparency.fb.com/ru-ru/policies/community-standards/manipulated-media/> (дата обращения: 19.12.21)
25. Насилие и подстрекательство // Нормы сообщества Facebook. URL: <https://transparency.fb.com/ru-ru/policies/community-standards/violence-incitement/> (дата обращения: 19.12.21)

V. M. Mikhailova (St. Petersburg State University);

V. Y. Perov (St. Petersburg State University)

DIGITAL PUBLIC SPHERE AND ETHICAL NORMATIVITY IN SOCIAL MEDIA

The article provides an ethical analysis of some of the regulating standards in social media communication: VK, Facebook and Telegram. The Jürgen Habermas's concept of ethical discourse is taken into account. The article considered such ethical characteristics of social networks as equality of positions and access to communications, as well as independence of communications from external influences.

Social networks, ethical normativity, public sphere, ethical discourse, equality, independence, confidentiality

СОДЕРЖАНИЕ

Обращение Оргкомитета	3
<i>Ананьева Е. М.</i> Энигма эстетического сознания у Гадамера	4
<i>Атаманова О. В.</i> Обратная связь как залог успешного обучения в дистанционном формате	9
<i>Баженов С. С.</i> Искусственный интеллект: от онтологических выводов к мировоззренческим установкам	14
<i>Баннова О. С., Дерюгин П. П.</i> Социальный капитал специалистов ИТ индустрии: замысел эмпирического исследования	19
<i>Белов В. А.</i> Ненормативные источники права	22
<i>Бугазов А. Х.</i> Соотношение объективных и субъективных условий социальной революции: ленинское понимание и его современная интерпретация	25
<i>Бутина Е. А.</i> Феномен «языковая культура личности» в научном дискурсе: лингвистический и лингвокультурологический аспекты	32
<i>Валькова Т. А., Клюев Ю. В.</i> Продвижение некоммерческой организации инструментами стратегических коммуникаций	37
<i>Вольницев М. С.</i> «Финляндский вопрос» в петроградской периодической печати 1917 г.	42
<i>Гаркуша В. Н.</i> Цифровое мышление и цифровая культура в современном университете	48
<i>Глухих В. А., Елисеев С. М.</i> Стратегии развития образования в условиях VUCA мира	53
<i>Гончаренко Л. Н., Авакова Э. Б., Кузнецов А. А.</i> Гражданская война и современная Россия: восстановление общенационального согласия	58
<i>Гончарова Д. Д.</i> Этика нативной рекламы в социальных сетях и ее регулирование	63

<i>Гришина С. А.</i> Применение лингвистической экспертизы для установления наличия экстремизма в текстах музыкальных произведений современных исполнителей	70
<i>Гуркин А. Б., Гуркин Я. А.</i> Становление системы идентификации и регистрации преступников в России XIX – начале XX вв.	77
<i>Дёмин Г. А.</i> Научный дискурс: экстралингвистические и лингвистические факторы	83
<i>Дерюгин П. П., Милецкий В. П., Баннова О. С., Камышина Е. А.</i> Социальный капитал в эпоху кризисов: системные основания сетевых измерений	88
<i>Журавлева О. М.</i> Особенности отображения национального менталитета в мюзиклах	93
<i>Замотин М. П.</i> Коллективное недоверие и теория «скрытых посланий» Дж. Скотта	99
<i>Звонов В. С., Кисельников В. М.</i> Эвентуализм и реформа образования в России в XXI веке	104
<i>Иванов А. Ф.</i> В поисках единства	111
<i>Ивашковская Т. В., Павлов В. А.</i> Стратегия государства в медиа-пространстве современной России	115
<i>Ильина А. В.</i> Этика прикладного искусственного интеллекта в социальном контексте: к постановке проблемы	120
<i>Ильина И. А., Тэор Т. Р., Кулибанова В. В.</i> Digital-трансформация компаний в условиях VUCA-мира	125
<i>Казаринова Н. В.</i> Кризисные ситуации как лаборатория межличностного анализа	131
<i>Каткова Е. П.</i> Роль России в обеспечении региональной безопасности на Балканском полуострове	138
<i>Кисельникова А. А., Пашковский Е. А.</i> Социальная поддержка в общении врача и пациента в условиях кризиса	143
<i>Козлов А. К., Клюев Ю. В.</i> Графический дизайн в коммуникационной стратегии виртуальных сообществ (на примере музыкальных исполнителей)	147

<i>Колянов А. Ю.</i> Искусственный интеллект и социальный капитал: семантика взаимодействия	152
<i>Корчажкина О. М.</i> VUCA-мир – новая постнеклассическая рациональность: анализ результатов современных исследований	158
<i>Кострицкая Т. А.</i> Андроцентризм антропологии И. Канта и легитимация патриархатного порядка	167
<i>Кравченко К. А.</i> Репрезентация социальных проблем в кино	173
<i>Кудрявцева М. Е.</i> Коммуникационные стратегии и практики VUCA-мира	177
<i>Кузнецова М. В.</i> Иноязычное образование личности и социальный капитал	182
<i>Куртов С. Ю.</i> Понятие устойчивости в философии и науке	187
<i>Лобастова В. А.</i> Макс Вебер и конструирование социального знания	194
<i>Луговая О. А., Луговой А. А.</i> Цифровые трансформации: образовательный трек	199
<i>Максина С. В., Новикова И. Ф.</i> Актуальные вопросы правового регулирования алиментных обязательств по содержанию несовершеннолетних детей в Российской Федерации	204
<i>Мамина Р. И., Почебут С. Н.</i> Цифровой этикет в динамике Web	211
<i>Маркова Т. Б.</i> Книга в цифровом пространстве	216
<i>Михайлова В. М., Перов В. Ю.</i> Цифровая публичная сфера и этическая нормативность в социальных сетях	222
<i>Московчук Л. С.</i> Человек и культура в парадигме диджимодернизма	229
<i>Наумова Е. И.</i> Информационный капитализм, или философия кода	234
<i>Нужнов И. Н.</i> Особенности правосознания военнослужащих вооруженных сил РФ в современных условиях	239

<i>Перова Д. С.</i> Этическая оценка инфоцыганства	246
<i>Петренко Г. К., Шумков А. А.</i> Системы музыки и языка: сходства и отличия	251
<i>Пирайнен Е. В.</i> Цифровая самопрезентация как инструмент формирования социального капитала	260
<i>Прокофьева Д. В.</i> Человек в период социальной турбулентности: экзистенциальные аспекты	264
<i>Рамантова О. В.</i> Вариативность языкового выражения научного знания в научно-популярном англоязычном медиаконтенте	268
<i>Рожков Г. А.</i> Применение подхода «интернационализация дома» в рамках модели VUCA PRIME как ответ на вызовы мультикультурного онлайн мира	274
<i>Рубцов А. А.</i> Политический порядок, нигилисты и националистическая риторика в российской империи во второй половине 1860-х годов	279
<i>Склярова А. М.</i> Философско-этическая эволюция понятия «бытия» – от онтологического нигилизма к релятивизму, гедонизму и обществу потребления	285
<i>Стогов Д. И.</i> Деятельность московской городской думы, направленная на борьбу с пьянством (1914–1916 гг.)	292
<i>Танич В. В., Дегтярёв К. Н.</i> Сущность дегуманизации в национал-социализме	297
<i>Ташлинская Е. Ш.</i> Особенности научно-технической коммуникации	301
<i>Трубникова А. Г., Чугунова А. А.</i> Внутриуниверситетские исследования для разработки коммуникационных стратегий	309
<i>Тузов В. В.</i> Роль нравственного аспекта в обеспечении устойчивости социальной системы в философии Августина Аврелия	315
<i>Тульчинский Г. Л.</i> Цифровая наукометрия и научный этос: векторы расхождения и схождения	319

<i>Удалов А. С.</i> К проблеме самоидентификации личности	324
<i>Умова Е. В.</i> Особенности развития советской науки в годы Великой отечественной войны (1941–1945 гг.)	328
<i>Филимонов А. Е.</i> Всемирная выставка 1876 года: связь американской национальной идентичности и экспозиции	333
<i>Чиковани О. А.</i> Метаморфозы российской кинокритики и изменение позиции автора в текстах современных СМИ	339
<i>Шарахина Л. В., Тиханкина К. А., Татаренко Т. В., Кузнецов А. А., Шепетова Л. Э.</i> Профессия коммуникатор: soft skills в жёсткой конкурентной борьбе	344
<i>Шашкова Н. В.</i> Новая этика как идеология рекламных коммуникаций в условиях VUCA-мира	351
<i>Шиляева А. С., Курапов С. В.</i> Диагностика социального капитала студенческой молодежи. Предпосылки к совершенствованию преподавательской деятельности (на примере студентов-вечерников технического факультета)	356
<i>Щербина А. В.</i> Социальный капитал в историческом и геополитическом измерении	360
<i>Юй Ян</i> Ценности как объект социологического исследования: перспективы сетевого подхода	365
<i>Ялышев Р. А.</i> Аграрный вопрос в России начала XX века во взглядах и. Л. Горемыкина	369

Труды
XIX Всероссийской научной конференции
Информация – Коммуникация – Общество
(ИКО–2022)

Санкт-Петербург, 2 – 3 февраля 2022 г.

Оригинал-макет подготовлен в
Учебно-научном центре социальных исследований
Гуманитарного факультета СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

Компьютерная верстка – Л. С. Московчук, Е. В. Пирайнен, С. Н. Почебут.

Материалы представлены в авторской редакции



www.ics.ru

