

## Цифровой этикет и его специфика: философско-методологический аспект

**Р. И. Мамина<sup>✉</sup>, С. Н. Почебут**

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия*

<sup>✉</sup>MaminaRaisa@yandex.ru

**Введение.** Цифровой этикет – это новый вид этикета, определяющий правила поведенческой культуры в цифровой среде сети Интернет. Показано, что цифровой этикет представляет собой не только новый вид коммуникативного взаимодействия, но и один из новых социокультурных феноменов цифровой цивилизации, а также современное конвергентное знание теоретико-прикладного характера, которое формируется на стыке гуманитарного и технологического знания и в настоящее время находится в процессе своего оформления.

**Методология и источники.** Работа базируется на применении методологии историко-философского, культурфилософского, аксиологического и междисциплинарного подходов к рассмотрению цифрового этикета как нового коммуникативного феномена новой реальности. В качестве источниковедческой базы использованы работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные этикетной тематике в цифровой и нецифровой среде, а также современные научные исследования, посвященные цифровым коммуникациям, включая цифровую гуманитаристику.

**Результаты и обсуждение.** На основе представленного в статье анализа к определению этикета и как явления, и как понятия, его сущностных признаков и отличительных характеристик выявляются специфические особенности цифрового этикета, включая ценностные установки, которые детерминированы свойствами Сети третьего поколения (в частности, такими как Digital- и Phygital-взаимодействие, актуализация репутационной составляющей поведенческой культуры в сети Интернет, персонализация брендинга и др.), в целом обозначившие междисциплинарный характер нового этикета и общую тенденцию его развития как цифрового гуманитарного знания.

**Заключение.** В современных реалиях актуализируются роль и значение поведенческой культуры пользователей Сети персонального и корпоративного уровней. Однако в первую очередь это касается представителей молодого поколения – поколения Z, которое определило персональную свободу как главную ценность своего бытия в социуме. В связи с этим во всей образовательной системе объективируется роль воспитательной компоненты, включая ее этикетную составляющую. В частности, в рамках высшей школы обучение цифровому этикету – это обучение цифровому гуманитарному знанию, которое представляет собой единство образовательного и воспитательного процессов в формировании поведенческой культуры, отражающей вызовы новой эпохи.

**Ключевые слова:** этикет, ценности, Нетикет, цифровой этикет, репутация, бренд, цифровые гуманитарные науки.

© Мамина Р. И., Почебут С. Н., 2021

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



---

**Для цитирования:** Мамина Р. И., Почебут С. Н. Цифровой этикет и его специфика: философско-методологический аспект // ДИСКУРС. 2021. Т. 7, № 2. С. 16–27. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-2-16-27

---

**Конфликт интересов.** О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

*Поступила 13.02.2021; принята после рецензирования 11.03.2021; опубликована онлайн 23.04.2021*

---

## Digital Etiquette and Its Specification (Philosophical and Methodological Aspect)

**Raisa I. Mamina**<sup>✉</sup>, **Stanislav N. Pochebut**

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia*

<sup>✉</sup>MaminaRaisa@yandex.ru

**Introduction.** Digital etiquette is a new type of etiquette that defines the rules of behavioral culture in the digital environment of the Internet. It is also shown that digital etiquette is not only a new type of communicative interaction, but also is one of the new socio-cultural phenomena of digital civilization, as well as modern convergent knowledge of a theoretical and applied nature, which is formed at the intersection of humanitarian and technological knowledge and is currently in the process of its formation.

**Methodology and sources.** The work is based on the application of the methodology of historical-philosophical, cultural-philosophical, axiological and interdisciplinary approaches to the consideration of digital etiquette as a new communicative phenomenon of modern reality. The works of Russian and foreign authors are devoted to the etiquette theme in the digital and non-digital environment as a source base, as well as modern scientific research are used in digital communications, including digital humanities.

**Results and discussion.** Based on the analysis presented in the article according to the definition of etiquette as a phenomenon and as a concept, its essential features and distinctive characteristics, the specific features of digital etiquette are identified, including value attitudes that are determined by the properties of the third-generation Network (in particular, such as Digital- and Phygital-interaction, actualization of the reputational component of behavioral culture on the Internet, personalization of branding, etc.), which generally indicated the interdisciplinary nature of the new etiquette and the general trend of its development as a digital humanitarian knowledge.

**Conclusion.** The role and importance of the behavioral culture of Network users at the personal and corporate levels becomes very important in modern realities. However, first of all, this applies to representatives of the younger generation-generation Z, which has defined personal freedom as the main value of its existence in society. In this regard, the role of the educational component, including its etiquette component, is objectified in the entire educational system. In particular, within the higher school, digital etiquette training is the training of digital humanitarian knowledge, which represents the unity of educational and educational in the formation of a behavioral culture that reflects the challenges of the new era.

**Key words:** etiquette, values, Netiquette, digital etiquette, reputation, brand, Digital Humanities.

**For citation:** Mamina R. I., Pochebut S. N. Digital Etiquette and Its Specification (Philosophical and Methodological Aspect). DISCOURSE. 2021, vol. 7, no. 2, pp. 16–27. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-2-16-27 (Russia).

---

**Conflict of interest.** No conflicts of interest related to this publication were reported.

*Received 13.02.2021; adopted after review 11.03.2021; published online 23.04.2021*

---

**Введение.** В эпоху human-to-human коммуникаций, когда человек человеку пользователь и бренд, продавец и покупатель, уже недостаточно уметь только грамотно обращаться с высокими технологиями, важно уметь на основе этой грамотности выстраивать максимально эффективное взаимодействие в сети Интернет. Особое место в выстраивании такого взаимодействия занимает цифровой этикет. Функционально Новый этикет отражает сущность этикетной коммуникации в пространстве виртуального бытия современного социума, однако представляет собой и новый инструмент коммуникативного взаимодействия, и новый социокультурный феномен цифровой цивилизации, и цифровое гуманитарное знание, которое находится в процессе своего оформления. В связи с этим встает вопрос о выявлении методологических оснований, на которых строится все здание цифрового этикета и его особая специфика. Обращение к этим основаниям, с одной стороны, начинается с определения этикета как понятия и явления, с другой – с определения его цифровой природы, т. е. свойств нового Web 3.0, которые он с необходимостью отражает.

Актуальность данного исследования определяется также значением цифрового этикета как инструмента управления персональным брендом и деловой репутацией. В новых реалиях, когда информация о любом человеке становится открытой и доступной, персональный брендинг и вопросы репутации, становятся явлением глобального масштаба. Однако прежде всего это касается нового поколения – поколения Z, представители которого родились и живут в цифровом мире, поэтому существенно отличаются от своих предшественников. Цифровой технологический детерминизм, обусловивший изменение шкалы ценностей современного социума, и в частности новой генерации, на фоне информационной перегрузки привел к девальвации ценностных ориентиров, которые всегда определяли основные направления прогрессивного общественного развития. Поэтому обучение цифровому этикету представляет собой одно из особо значимых составляющих процесса формирования как личностного, так и профессионального роста представителей молодого поколения – одновременно воспитательного и образовательного.

**Методология и источники.** Представленные в работе выводы опираются на методологию историко-философского, культурфилософского, аксиологического и междисциплинарного подходов. Проведенный в статье анализ цифрового этикета в первую очередь базируется на специальной литературе, посвященной напрямую и опосредованно этикетной тематике: «У истоков этикета» А. К. Байбурина и А. Л. Топоркова; «Этикет как феномен культуры» М. И. Козьяковой; «Этикет как культурная универсалия» Л. С. Лихачевой; «Философская теория ценности» М. С. Кагана; «Античная калокагатия как общечеловеческий идеал совершенства» А. В. Семушкина; «О процессе цивилизации» Н. Элиаса; а также на современных научных исследованиях, посвященных цифровым коммуникациям, включая цифровую гуманитаристику, в частности, «Цифровые гуманитарные науки: хрестоматия», публикации и электронные издания.

**Результаты и обсуждение.** *Этикет как понятие и явление.* Возникновение термина «этикет» относят к временам правления Людовика XIV, в переводе с французского «la etiquette» означает манеру поведения. Появление нового термина позволило, по оценке специалистов, перевести его из имплицитного в эксплицитную фазу существования. «Название, – пишет М. И. Козьякова, – было присвоено уже наличествующей практике, поскольку явление возникло гораздо раньше». При этом автор обращает внимание на то,

что родиной этикета является не Франция, как это принято считать, а Италия эпохи Возрождения, «где игровой элемент культуры господствующей элиты – “желание прекрасной жизни” (Й. Хейзинга) считается характерной чертой Ренессанса» [1]. Однако этикет – это не только правила красивого поведения и общения господствующей элиты, это исторически сложившаяся нормативно-этическая система регулятивного характера. По свидетельству этнографов, этикет ведет свое происхождение из архаических праценностей, где наряду с ритуалами, мифами и легендами, традициями и обрядами он выполнял функцию охраны целостности рода и регулировал отношения как внутри рода, так и между родами, поэтому выступал и как важный регулятор внутригрупповых и межгрупповых отношений, и как одно из средств борьбы с социальным хаосом [2].

Вместе с разложением первобытного общества и выделением из совокупного общинного субъекта индивидуального субъекта – первой исторической формы личности, не исчезли, не были вытеснены формы совокупной групповой субъектности. В результате распада синкретического «Мы-сознания» и выделения «Я-сознания» этикет постепенно оформляется в относительно самостоятельную ценностно-обусловленную систему, регулирующую не только внутригрупповые и межгрупповые, но и межличностные отношения, т. е. в новый исторический период этикет выступает уже как система норм, регулирующая отношения людей в социуме на всех уровнях взаимодействия. Однако в первую очередь речь идет о нормировании ролевых отношений, которое традиционно определяется по трем основным критериям: пол, возраст, социальное положение как три основные иерархические структуры поведенческой культуры в социуме: женщина – мужчина; старший по возрасту – младший; старший по социальному статусу – младший. Данную схему называют основой построения этикетного поведения, где в зависимости от ситуации, времени и места действия на первый план выходит та или иная иерархия, хотя возможны и наложения. В то же время специалисты отмечают, что наиболее важное доминирующее значение во все времена занимала статусная иерархия, и хотя ее императивная позиция и была несколько снижена в XX в. в связи с процессами демократизации, доминирование осталось [1].

В целом, исследователи отмечают, что становление этикета представляет собой длительный исторический процесс, «в ходе которого, – пишет Л. С. Лихачева, – постепенно вычленяются, отрабатываются и нормативно закрепляются (приобретают культурные смыслы) определенные формы поведения (взаимодействия) людей» [3, с. 155]. В свою очередь А. И. Титаренко отмечает, что возникают эти формы поведения «не сами по себе, из некоей “чистой субъективности”, а на прочном основании его практической деятельности, которая постепенно приобретает и нравственно-ценностный смысл, функционально закрепляясь в структуре сознания» [4, с. 194]. В связи с этим Л. С. Лихачева особо подчеркивает, что этот смысл имел различное ценностное содержание на различных стадиях развития социума, что было детерминировано общественно-историческим уровнем его развития [3, с. 148]. Однако основополагающие смыслы этикета, которые актуальны и для Новейшего времени, были заложены еще в античной системе воспитания и образования – пайдеей.

*Пайдейя* (греч. παιδεία – формирование ребенка, образование, воспитанность, культура) – понятие античной философии, означающее универсальную образованность. В рамках пайдеи возникает и развивается важнейшая составляющая древнегреческой модели воспитания – калокагатия. Калокагатия – термин античной этики, составленный из двух

прилагательных: *καλός* – прекрасный и *ἀγαθός* – добрый, приблизительный перевод «нравственная красота». Исследователи отмечают, что в современной философии нет категории, тождественной по смыслу этому понятию. «При всей неуловимости (для дефиниции) своего содержания идея калокагатии вполне определена, – пишет А. В. Семушкин, – в ней запечатлен древнегреческий идеал совершенной личности, примиряющий в себе антиномию физического (внешнего) и ценностного (внутреннего) существования» [5, с. 53]. Ученый также особо подчеркивает, что калокагатия интроспективна, она побуждает не к покорению других, а прежде всего к перевоспитанию и преобразованию себя, отсюда высокий нравственный потенциал калокагатии, реализующий себя, в том числе и в общеобязательных нормах поведения, которые по своей ценностно-практической значимости были доступны не только для избранных [5, с. 56]. В период поздней античности ее идеалы – идеалы образования и воспитания, в том числе и поведенческой культуры, постепенно уходят в прошлое и уступают место новым идеалам новых исторических эпох, но именно древнегреческая пайдейя с ее духовными практиками, включая калокагатию, стала образцом для подражания на все времена.

Начиная со Средних веков и до Новейшего времени основой этикетной нормы становится уже не ее направленность на Другого как ценность, а дифференция социальных принуждений, которая, как подчеркивает Н. Элиас, в условиях социального неравенства была жестко детерминирована нормами ролевого поведения индивидов в соответствии с социальной дифференциацией общества [6, с. 124, 271], т. е. этикет в этот исторический период носил уже сугубо классовый характер. Исследователи особо подчеркивают, что наряду с ярко выраженной дифференцирующей функцией, этикет вплоть до начала XX столетия выполнял также функцию кодекса, регламентирующего правила красивого поведения светской публики европейских монарших дворов, в которых этическая, облагораживающая составляющая имела исключительно формальное значение, в частности, Элиас называет эту функцию «функцией знати» [6, с. 108].

В начале XX столетия вместе с демократизацией общества этикет постепенно возвращает исторически сложившуюся миссию нормативно-этического регулятора «для всех» – как поведенческой культуры, выраженной в практиках вежливого, уважительного поведения и обращения с окружающими, т. е. в новый исторический период система этикетной регуляции существенно меняется в сторону отношения к другому человеку как к ценности. Однако с наступлением цифровой эпохи достаточно зримо обозначились акценты на ценности новой цивилизации, объективированные ее технологической природой. В условиях технологического детерминизма отношение к Другому/Другим как к ценности постепенно утрачивает свое смысловое значение, соответственно, и персональную ответственность каждого по отношению к Другому/Другим, что нашло свое выражение, прежде всего, по отношению к соблюдению норм поведенческой культуры в сети Интернет. Отсюда роль и значение цифрового этикета как нового инструмента нормативно-этической регуляции в виртуальном пространстве цифровой реальности.

***Цифровой этикет как новый инструмент коммуникации в Сети.*** Появление новых ценностей новой цивилизации обусловлено динамикой развития Всемирной Глобальной паутины – Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. Однако акценты на эти ценности привели к снижению, а иногда и к полному игнорированию значения коммуникативной культуры в реалиях совре-

менного социума. Прежде всего, это коснулось молодого поколения – поколения Z, представители которого родились и живут в цифровом мире и существенно отличаются от своих предшественников [7, 8]. Особая направленность на себя, которая проявляется в индивидуализме, культе публичности и саморекламы, противопоставлении своего мнения мнению окружающих, во многом определила свободу как главную поведенческую ценность новой генерации в реальном и виртуальном пространствах его бытия. В связи с этим особенно актуальны слова М. С. Кагана, высказанные им еще в конце прошлого столетия по поводу нарастающего значения новых ценностных ориентиров, определяющих становление инновационной, личностно-креативной культуры: «Определенным нормам должна подчиняться самая духовно независимая личность – без этого невозможна совместная жизнь людей, требующая, чтобы свобода каждого была ограничена свободой других, в противном случае поведение человека становится асоциальным – хулиганским, преступным, как минимум эпатажным, и свобода вырождается в произвол» [9, с. 166]. К таким определенным нормам стабилизирующего характера на начальных этапах развития Всемирной Глобальной паутины – Web 1.0, относятся правила сетевого этикета, или Нетикет.

Нетикет – это правила хорошего тона в Сети, которые были разработаны и представлены в первой книге, посвященной этикетному поведению в электронном формате – «Netiquette» (1994), ее автор Вирджиния Ши. Программист по специальности В. Ши, руководствуясь многолетним опытом работы в Силиконовой долине, разработала и предложила вниманию пользователей 10 ключевых правил Нетикета. Несмотря на особую специфику нового вида этикетной коммуникации, в целом эти правила совпадают с правилами письменной и поведенческой культуры, действующими в режиме реального времени, т. е. требуют вежливости, внимания и тактичности по отношению к другим людям.

В нулевые годы сетевой этикет был дополнен Кодексом поведения блогеров – «Blogger's Code of Conduct» (2007), в котором его авторы Т. О'Рейли и Дж. Уэйлс, сформулировали основные правила поведения в Сети в новых условиях [10]. Аналитики отмечают, что правила, разработанные О'Рейли и Уэйлсом, являются достойным продолжением и развитием правил Нетикета В. Ши, основные различия обусловлены появлением блогосферы и новыми функциональными характеристиками Web 2.0. Однако Нетикет в этот временной период все еще рассматривается специалистами как свод определенных правил поведения в сети Интернет, имеющих в основном этическую направленность, поэтому моральный Кодекс поведения блогеров часто называют Netiquette 2.0.

В условиях цифровых реалий, несмотря на то, что правила сетевого этикета и на сегодняшний день все еще не стали достоянием всех пользователей, а многие из них даже не задумываются о значении поведенческой культуры в Сети, Нетикет становится уже только частью, только составляющей нового вида этикетной коммуникации – цифрового этикета, который функционирует в условиях Web третьего поколения и отражает его специфику. В частности, одной из качественно новых характеристик Web 3.0 является взаимодействие Интернета с физическим миром. Новый вид взаимодействия рассматривают как объединение двух реальностей – физической (Physics) и цифровой (Digital), его определяют как Phygital (фиджитал) – взаимодействие [11]. Один из примеров такого взаимодействия – это формат видеоконференции, которая проходит в интерактивном режиме. Данный формат стал особо востребован в условиях коронавирусной изоляции и на сегодняшний день активно используется в политической, деловой, образовательной сферах.

В результате, реализуя сущностные характеристики этикета в виртуальной среде, цифровой этикет, в отличие от Нетикета, который в пространстве Web 1.0 и Web 2.0 был ориентирован исключительно на письменный формат, цифровой этикет формируется как нормативно-этический регулятор коммуникативного взаимодействия в Сети при помощи всех форм этикетной коммуникации: *письменной, поведенческой и речевой*. Соответственно, цифровой этикет можно рассматривать как Netiquette 3.0, как более сложное, системное понятие, по сравнению с Netiquette 1.0 Вирджинии Ши и Netiquette 2.0 Тима О'Рейли [12, с. 37]. В свою очередь это означает, что, с одной стороны, актуализируется новый уровень поведенческой культуры в Сети, обусловленной знанием и владением спецификой цифровых технологий. В соответствующей литературе нормативы этой новой культуры представлены в виде рекомендаций, основанных на разборе ситуаций взаимодействия пользователей с новыми технологиями [13, 14 и др.]. С другой стороны, в новых условиях повышается роль культурно-воспитательной функции этикета, направленной на приобщение индивида к системе ценностей, принятых в обществе, ориентированных на отношение к Другому/Другим как к ценности.

Основные азы этого приобщения должны начинаться с дошкольного воспитания – это поведенческая культура в семье, на улице, в общественных местах; в условиях школы это приобщение к грамоте поведенческой культуры современного социума, включая его виртуальные практики; в условиях высшей школы речь идет уже об обучении цифровому этикету как цифровому гуманитарному знанию, которое включает в себя знание и владение нормами поведенческой культуры в цифровой и нецифровой среде.

Актуальность владения цифровым этикетом обусловлена в том числе и тем, что цифровая эпоха актуализирует значение репутационной составляющей поведенческой культуры в сети Интернет. При этом речь идет о персональной репутации, транслируемой не только в практиках повседневности, но и в виде электронной версии этого реноме – Интернет-профиле каждого субъекта, поскольку сегодня такая информация становится открытой и общедоступной. В частности, Дон Тапскотт, один из апологетов цифровой экономики, особо подчеркивает, что если в материальном мире репутация человека ограничена территориально, т. е. мнением о нем определенного количества людей (работодателя, продавца в местном магазине, его друзей), то в цифровой экономике репутация всех электронных персон становится мобильной, и эта мобильность позволяет любой из этих персон, независимо от места жительства, стать участником цифровой экономики при условии наличия надежной репутации [15, с. 22]. Сегодня вопросы репутации и этичного поведения в бизнесе и отдельных людей, и организаций оцениваются специалистами как факторы экономического порядка, наряду с такими, как труд, капитал и технологии [15, с. 89], поэтому тема репутации, персональный и корпоративный брендинг – это особая тема, одно из важных направлений этой темы – знание и владение навыками цифрового этикета.

***Цифровой этикет как цифровое гуманитарное знание.*** Цифровые гуманитарные науки (в англоязычном варианте – Digital Humanities, или DH) – это новая область знаний, которая объединяет модели и практики социально-гуманитарных дисциплин, использующих информационно-компьютерные технологии (ИКТ) в научных исследованиях и образовательной сфере. Исследователи подчеркивают, что цифровые гуманитарные науки родом из «Гуманитарной информатики», которая была связана с лингвистическим анализом

и машинным переводом текста, позднее ее предметное поле было дополнено другими гуманитарными знаниями. Однако цифровые гуманитарные науки рассматриваются специалистами в области новых технологий не как новый этап развития гуманитарной информатики, а как новая область знаний прикладного характера, в которой речь идет о расширении охвата существующих проблем, поэтому ее относят ко всем исследовательским проектам в гуманитарных науках [16, с. 179–180]. Подобную точку зрения высказывают и представители непосредственно гуманитарного знания, оценивая цифровую гуманитаристику как естественное продолжение и расширение традиционной сферы гуманитарного знания, базирующегося на информационной методологии и новой междисциплинарности, а не как отказ от традиционных гуманитарных запросов [17, с. 3].

На вопрос «Что такое цифровые гуманитарные науки?» в настоящее время все еще нет окончательного ответа и, соответственно, нет обобщающего определения, очерчивающего границы нового направления научного знания. В качестве примера приведем некоторые из принятых сегодня определений: «ДН – применение компьютерных технологий в исследовании и преподавании гуманитарных наук» (А. Альбарран, Национальный автономный университет Мексики, Мексика); «Гуманитарные науки стали цифровыми и наоборот» (А. Капрарелли, Тосканский университет (Витербо), Италия); «ДН – такое соединение гуманитарных занятий (исследования, преподавания, публицистики) с технологиями (инструментарий, коммуникация, взаимодействие), при котором ученый сознательно исследует гуманитарный объект и технологический метод одновременно» (Э. Милонас, Брауновский университет, США [16, с. 338–341] и др.).

По оценке аналитиков, существующее разнообразие определений ДН говорит о становлении содержательных характеристик нового направления развития гуманитарных знаний, а также о предполагаемом будущем цифровой гуманитаристики, представляющей собой неоднородное по своему составу междисциплинарное направление исследований в области социально-гуманитарных наук, использующих конвергентные технологии. В связи с этим выделяют ряд критериев, по которым осуществляется систематизация проблемного поля Digital Humanities, как правило, это выделение идет: по основным областям/парадигмам исследований; по предметным областям социальных и гуманитарных наук; по целям исследования: а) фундаментальные; б) прикладные; в) практические; по форме институциональной организации (центры, лаборатории, конференции, сетевые сообщества, сайты, блоги) и др. В соответствии с рассматриваемой темой отдельный интерес вызывает критерий типологизации цифровых гуманитарных наук по предметным областям. Специалисты отмечают, что данный критерий характеризует не только процесс расширения сферы цифровой гуманитаристики как информатизацию и медиатизацию традиционных гуманитарных наук, но также как проявление «механизмов формирования автономных зон», «ответственных» за гибридизацию, в результате которой формируются новые модели и практики [18, с. 42].

В частности, тематику цифрового этикета можно отнести к предметной области автономных зон цифровых гуманитарных наук коммуникативного характера, наряду с такими, как «Цифровая самопрезентация», «Цифровые деловые переговоры», «Цифровой сторителлинг» и т. п. Каждое такое знание цифровой гуманитаристики представляет собой результат конвергенции гуманитарных, социальных и информационно-технологических

дисциплин, определяющий в том числе и их специфику. Применительно к «Цифровому этикету» это означает, что при формировании данного предметного знания происходит такое соединение теории этикета с новыми технологиями, при котором фокусом внимания становится и сам гуманитарный объект, в частности этикет, и медиатехнологии, используемые для формирования и реализации нового вида этикетной коммуникации в его виртуальных практиках. При таком подходе выявляются содержательные характеристики, специфика, смыслы, тенденции развития цифрового этикета и как нового инструмента коммуникативного взаимодействия, и как нового нормативно-этического регулятора поведенческой культуры в Сети, и как нового междисциплинарного знания цифровой гуманитаристики.

Однако, например, «Цифровая самопрезентация» – это более высокий уровень междисциплинарности по сравнению с «Цифровым этикетом», поскольку она представляет собой конвергентное знание более высокого порядка – трансдисциплинарное знание, куда с необходимостью входит и цифровой этикет как одна из важных его составляющих [12, с. 17–19]. В то же время «Цифровая библиография», «Цифровая история» и подобные предметные области знания – это направления социально-гуманитарных дисциплин, основанных на применении цифровых технологий, выполняющих в основном инструментальную роль для достижения поставленных целей. В частности, А. Ю. Володин характеризует «Цифровую историю» как «интеллектуальный прорыв» с новыми профессиональными практиками, научными стандартами и теоретическими построениями, что, в частности, нашло свое выражение в создании новых продуктов (например, электронные онлайн-ресурсы); новом научном инструментарии; расширении историко-культурного наследия с использованием электронных публикаций, реконструкций и визуализаций [19, с. 5–6].

В целом, речь идет о необходимости формирования современных представлений о методологии исследования цифровых гуманитарных дисциплин, в том числе и «Цифровой самопрезентации», и «Цифрового этикета», и «Цифровой истории», с учетом специфики их типологизации в рамках предметного поля цифровой гуманитаристики как нового научного направления, основанного на конвергенции гуманитарных наук и цифровых технологий.

**Заключение.** В данном исследовании цифровой этикет рассмотрен и как новый инструмент нормативно-этической регуляции в виртуальном пространстве бытия современного социума, и как новый социокультурный феномен новой цивилизации, а также как одно из направлений цифровой гуманитаристики, которое представляет собой интеграцию разных областей современного знания, изучающих данное явление в цифровой среде. При этом тематика цифрового этикета начинается в нецифровой среде и методологически рассматривается как интегрированное социально-гуманитарное знание, базирующиеся на этнографических, социологических, философско-антропологических, этических, эстетических, аксиологических, коммуникативных аспектах этикета, и как инструмент общения нормативно-этического значения, и как исторически сложившийся социокультурный феномен. В свою очередь, в цифровой среде методологической основой Нового этикета являются свойства Сети поколения 3.0, поэтому цифровой этикет следует рассматривать с позиций конвергенции интегрированных социально-гуманитарных знаний этикетного характера с технологическими знаниями, что позволяет определить его как новое цифровое гуманитарное междисциплинарное предметное знание, отражающее вызовы времени.

В связи с этим следует еще раз подчеркнуть, что в рамках высшей школы обучение цифровому этикету представляет собой синергетический эффект и в плане объединения гуманитарных и технологических знаний, и в плане взаимодействия двух взаимосвязанных и взаимозависимых процессов формирования личности молодого специалиста – образовательного и воспитательного.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Козьякова М. И. Этикет как феномен культуры // Культура культуры. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-kak-fenomen-kultury/viewer> (дата обращения: 10.10.2020).
2. Байбурун А. К., Топорков А. Л. У истоков этикета. Этнографические очерки. Л.: Наука, 1990.
3. Лихачева Л. С. Этикет как культурная универсалия // Фундаментальные проблемы культурологии: сб. ст. по материалам конгресса. Т. 6. Культурное наследие: от прошлого к будущему. М.: Новый хронограф: Эйдос, 2009. С. 146–156.
4. Титаренко А. И. Структуры нравственного сознания. М.: Мысль, 1974.
5. Семушкин А. В. Античная калокагатия как общечеловеческий идеал совершенства // Вестн. РУДН. Сер. Философия. 2007. № 3. С. 52–59.
6. Элиас Н. О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования / пер. с нем. А. М. Руткевич. Т. 2. М., СПб.: Университетская книга, 2001.
7. Палфри Дж., Гассер У. Дети цифровой эры / пер. Н. Г. Яцюк. М.: Эксмо, 2011.
8. Стиллман Д., Стиллман Дж. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / пер. с нем. Ю. Кондукова. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
9. Каган М. С. Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997.
10. Кодекс поведения в Интернет // IT-Labs. URL: <http://it-labs.narod.ru/part10.htm#a1> (дата обращения: 25.02.2021).
11. Кузьменкова М. А. Phygital-технологии – инновация в мире коммуникаций // Медиаскоп. 2014. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1570> (дата обращения: 23.02.2021).
12. Мамина Р. И. Искусство самопрезентации в эпоху цифры. СПб.: Петрополис, 2020.
13. Элькин А., Пащенко М. НеоЭтикет: новая грамотность в цифровом веке. СПб.: Дом рекламы, 2014.
14. Лукинова О. Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете. М.: ОДРИ, 2020.
15. Тапскотт Д., Тапскотт А. Технология блокчейн: то, что движет финансовой революцией сегодня / пер. с англ. К. Шашковой, Е. Д. Ряхиной. М.: Эксмо, 2017.
16. Цифровые гуманитарные науки: хрестоматия / под ред. М. Террас, Д. Найхан, Э. Ванхутта, И. Кижнер. Красноярск: Изд-во СФУ, 2017.
17. Можяева Г. В. Digital humanities: цифровой поворот в гуманитарных науках // Гуманитарная информатика. 2015. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-humanities-tsifrovoy-povorot-v-gumanitarnyh-naukah> (дата обращения: 15.03.20).
18. Самостиенко Е. В. Digital Humanities в русскоязычном контексте: траектория институализации и механизмы формирования автономных зон // Вестн. Вятского гос. ун-та. 2018. № 4. С. 37–45. DOI: 10.25730/VSU.7606.18.035.
19. Володин А. Ю. Digital Humanities (Цифровые гуманитарные науки): в поисках самоопределения // Вестн. Пермского ун-та. Сер. История. 2014. № 3 (26). С. 5–12.

### Информация об авторах.

**Мамина Раиса Ильинична** – доктор философских наук (2007), профессор кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ», ул. Проф. Попова, д. 5, Санкт-Петербург, 197376, Россия. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: аксиосфера современного социума, коммуни-

кативные практики, кросскультурное сотрудничество, цифровые коммуникации, цифровой этикет, инновационные образовательные траектории. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3301-636X>. E-mail: [MaminaRaisa@yandex.ru](mailto:MaminaRaisa@yandex.ru)

**Почебут Станислав Николаевич** – старший преподаватель кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ», ул. Проф. Попова, д. 5, Санкт-Петербург, 197376, Россия. Автор более 25 научных публикаций. Сфера научных интересов: аксиология, актуальные проблемы современного образования, межкультурные коммуникации, цифровые коммуникации, цифровой этикет, философские проблемы новаций и инноваций в науке. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4608-0256>. E-mail: [sniper2711@yandex.ru](mailto:sniper2711@yandex.ru)

## REFERENCES

1. Koz'yakova, M.I. (2016), "Etiquette as a cultural phenomenon", *Kul'tura kul'tury* [Culture of culture], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-kak-fenomen-kul'tury/viewer> (accessed 10.10.2020).
2. Baiburin, A.K. and Toporkov, A.L. (1990), *U istokov etiketa. Etnograficheskie ocherki* [At the origins of etiquette. Ethnographic essays], Nauka, Leningrad, USSR.
3. Likhacheva, L.S. (2009), "Etiquette as a cultural universal", *Fundamental'nye problemy kul'turologii: sb. st. po materialam kongressa. T. 6: Kul'turnoe nasledie: Ot proshlogo k budushchemu* [Fundamental problems of cultural studies: collection of articles based on the materials of the congress. Vol. 6: Cultural heritage: From the past to the future], Novyi khronograf: Eidos, Moscow, RUS, pp. 146–156.
4. Titarenko, A.I. (1974), *Struktury npravstvennogo soznaniya* [Structures of moral consciousness], Mysl', Moscow, RUS.
5. Semushkin, A.V. (2007), "Antique kalokagatia as a universal ideal of perfection", *RUDN Journal of Philosophy*, no 3, pp. 52–59.
6. Elias, N. (2001), *O protsesse tsivilizatsii. Sotsiogeneticheskie i psikhogeneticheskie issledovaniya* [Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen], Transl. by Rutkevich, A.M., vol. 2, Universitetskaya kniga, Moscow, SPb., RUS.
7. Palfrey, J. and Gasser, U. (2011), *How Children Grow Up in a Digital Age*, Transl. by Yatsyuk, N.G., Eksmo, Moscow, RUS.
8. Stillman, D. and Stillman, J. (2018), *Gen Z Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*, Trans. by Kondukov, Yu., Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, RUS.
9. Kagan, M.S. (1997), *Filosofskaya teoriya tsennosti* [Philosophical theory of value], Petropolis, SPb, RUS.
10. "Internet Code of Conduct", *IT-Labs*, available at: <http://it-labs.narod.ru/part10.htm#a1> (accessed 25.02.2021).
11. Kuz'menkova, M.A. (2014), "Phygital technologies – an innovation in the world of communications", *Mediascope*, no. 3, available at: <http://www.mediascope.ru/1570> (accessed 23.02.2021).
12. Mamina, R.I. (2020), *Iskusstvo samoprezentatsii v epokhu tsifry* [The art of self-presentation in the digital age], Petropolis, SPb., RUS.
13. El'kin, A. and Pashchenko, M. (2014), *NeoEtiquette: New Literacy in the Digital Age*, Dom reklamy, SPb., RUS.
14. Lukinova, O. (2020), *Tsifrovoy etiket. Kak ne besit' drug druga v internete* [Digital etiquette. How not to piss off each other on the Internet], ODRI, Moscow, RUS.
15. Tapscott, D. and Tapscott, A. (2017), *Blockchain Revolution*, Transl. by Shashkova, K. and Ryakhina, E.D., Eksmo, Moscow, RUS.

16. *Tsifrovye gumanitarnye nauki: Khrestomatiya* [Digital Humanities: A Reader] (2017), in Terras, M., Nyhan, Ju., Vanhoutte, E. and Kizhner, I. (eds.), SFU, Krasnoyarsk, RUS.

17. Mozhaeva, G.V. (2015), "Digital humanities: Digital turn in the humanities", *Gumanitarnaya informatika* [Humanitarian informatics], no. 9, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-humanities-tsifrovoy-povorot-v-gumanitarnyh-naukah> (accessed 15.03.20).

18. Samostienko, E.V. (2018), "Digital Humanities in the Russian Context: the Trajectory of Institutionalization and the Mechanisms for the Formation of Autonomous Zones", *Herald of Vyatka State University*, no. 4, pp. 37–45. DOI: 10.25730/VSU.7606.18.035.

19. Volodin, A.Yu. (2014), "Digital Humanities: Seeking Self-Determination", *Perm University Herald. History*, no. 3 (26), pp. 5–12.

#### **Information about the authors.**

**Raisa I. Mamina** – Dr. Sci. (Philosophy) (2007), Professor at the Department of Philosophy, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5 Professor Popov str., St Petersburg 197376, Russia. The author of more than 100 scientific publications. Area of expertise: axiosphere of modern society, communication practices, etiquette space of corporate culture, cross-cultural cooperation, digital communications, digital etiquette, innovative educational trajectories. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3301-636X>. E-mail: [MaminaRaisa@yandex.ru](mailto:MaminaRaisa@yandex.ru)

**Stanislav N. Pochebut** – Senior Lecturer at the Department of Philosophy, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5 Professor Popov street, St Petersburg 197376, Russia. The author of more than 25 scientific publications. Area of research interests: axiology, actual problems of modern education, cross-cultural communications, digital communications, digital etiquette, philosophical problems of innovations and innovations in science. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4608-0256>. E-mail: [sniper2711@yandex.ru](mailto:sniper2711@yandex.ru)