

Оригинальная статья  
УДК 165; 167; 004.9; 008; 009  
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2022-8-4-42-50>

## Цифровой этикет: образовательные стратегии

**Станислав Николаевич Почебут**

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия,  
sniper2711@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4608-0256>*

**Введение.** Современная цифровая реальность предъявляет свои требования к современной парадигме получения знаний, что с необходимостью объективирует роль и значение социально-гуманитарной и воспитательной составляющих образовательного процесса, в том числе через обучение молодого поколения цифровому этикету – поведенческой культуре в практиках сетевого взаимодействия. В статье анализируется специфика образовательных стратегий применительно к обучению цифровому этикету в рамках школьного и высшего образования.

**Методология и источники.** Работа базируется на применении методологии аксиологического, междисциплинарного, институционального и системного подходов к рассмотрению процессов обучения цифровому этикету в зависимости от специфики каждой из подсистем образовательного процесса, в частности школьного и высшего образования. Исследование осуществлено на материале отечественных и зарубежных источников, научных публикаций и сайтов. Например, речь идет о таких специалистах, как Д. Стиллман, Дж. Стиллман, П. Доэрти, В. Ши, О. Лукинова, Р. И. Мамина и многих других.

**Результаты и обсуждение.** На основе представленного в статье анализа специфики образовательных стратегий таких институциональных структур, как школа и высшая школа (ВШ) анализируется специфика обучения цифровому этикету применительно к каждой из указанных подсистем образовательного процесса, определяются основные тенденции развития цифрового этикета как цифрового гуманитарного знания. В качестве основных тенденций можно выделить активные попытки внедрения цифрового этикета в образовательный процесс, а также появление новых стратегий обучения цифровому этикету поколения Z как основного субъекта обучения современной образовательной среды в рамках школьного и высшего образования.

**Заключение.** В условиях новых реалий актуализируются роль и значение поведенческой культуры в цифровом пространстве современного социума, в первую очередь это касается представителей молодого поколения – поколения Z, которое определило персональную свободу как главную ценность в практиках своего бытия. В этой связи возрастает роль и значение воспитательной компоненты современного образовательного процесса, важной составляющей которой является обучение цифровому этикету в рамках школьного и ВШ-образования. При этом речь идет о разных образовательных стратегиях в школе и ВШ. В целом независимо от специфики образовательных подсистем и их стратегий обучение цифровому этикету – это обучение цифровому гуманитарному знанию, которое представляет собой единство образовательного и воспитательного процессов, что отражает вызовы новой эпохи.

© Почебут С. Н., 2022

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.  
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



**Ключевые слова:** философия образования, цифровые технологии, поколение Z, образование, образовательные стратегии, цифровые гуманитарные науки, цифровой этикет

**Для цитирования:** Почебут С. Н. Цифровой этикет: образовательные стратегии // ДИСКУРС. 2022. Т. 8, № 4. С. 42–50. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-4-42-50.

---

Original paper

## Digital Etiquette: Educational Strategies

**Stanislav N. Pochebut**

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia,  
sniper2711@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4608-0256>*

**Introduction.** The modern digital reality imposes its own requirements to the modern paradigm of knowledge acquisition, which with necessity objectivizes the role and importance of social-humanitarian and educational components of the educational process, including through teaching digital etiquette – behavioral culture in practices, networking. The article analyzes the specifics of educational strategies in relation to teaching digital etiquette within school and higher education.

**Methodology and sources.** The paper is based on the application of axiological, interdisciplinary, institutional and systemic approaches to the consideration of digital etiquette learning processes depending on the specifics of each subsystem of the educational process, in particular school and higher education. The research is based on the materials of domestic and foreign sources, scientific publications and websites. In particular, papers of such specialists as D. Stillman, Jo. Stillman, P. Doherty, V. Shi, O. Lukinova, R.I. Mamina and many others are analyzed.

**Results and discussion.** Based on the presented in this article analysis of the specific educational strategies of such institutional structures as school and WSB, the specificity of digital etiquette learning in relation to each of these subsystems of the educational process is analyzed, the main trends of digital etiquette as a digital humanistic knowledge are determined. The main trends include: active attempts to introduce digital etiquette into the educational process, as well as the emergence of new strategies for teaching digital etiquette to generation Z, as the main subject of learning in the modern educational environment within school and higher education.

**Conclusion.** The new realities actualize the role and importance of behavioral culture in the digital space of modern society; first, it concerns the representatives of the young generation – generation Z, which has defined personal freedom as the main value in the practices of their existence. In this regard, the role and importance of the educational component of the modern educational process, an important component of which is the teaching of digital etiquette in the framework of school and HS-education, is increasing. In this case we are talking about different educational strategies in school and HS. In general, regardless of the specifics of educational subsystems and their strategies, teaching digital etiquette is the teaching of digital humanities knowledge, which is a unity of educational and educational, which with necessity reflects the challenges of the new era.

**Keywords:** philosophy of education, digital technologies, generation Z, education, educational strategies, digital humanities, digital etiquette

**For citation:** Pochebut, S.N. (2022), "Digital Etiquette: Educational Strategies", *DISCOURSE*, vol. 8, no. 4, pp. 42–50. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-4-42-50 (Russia).

---

**Введение.** Современная цифровая реальность предъявляет свои требования к сложившейся в настоящее время парадигме получения знаний. Процессы трансформации образовательной среды направлены на кардинальные изменения в содержании образовательного процесса, актуализации новых форм и форматов подачи учебного материала, новых методиках преподавания, технологическом и ресурсном обеспечении и др. В новых условиях возрастают роль и значение социально-гуманитарной и воспитательной составляющих современной парадигмы получения знаний. При этом в первую очередь речь идет о формировании цифровой культуры, в частности через обучение цифровому этикету молодого поколения – поколения Z, или поколения *phygital*, как основного субъекта обучения современной образовательной среды.

Известный американский специалист Д. Стиллман, занимающийся проблемами поколений на протяжении 20 лет, особо подчеркивает, что новая генерация не только вообще не видит разницы между виртуальным и реальным, но и не мыслит себя вне среды *phygital*. *Phygital*-взаимодействие представляет собой объединение двух реальностей – физической (*Physics*) и цифровой (*Digital*), что стало возможным в условиях Сети нового поколения – *Web 3.0*. Основываясь на результатах специальных исследований, Стиллман делает вывод, согласно которому *phygital*-взаимодействие является одной из ключевых характеристик поколения Z, отсюда и еще одно его новое название – поколение *phygital* [1].

В качестве других ключевых характеристик нового поколения Стиллман называет и такие его коммуникативные характеристики, как персонализация, практичность, мотивированность и другие, особо подчеркивая, что все эти характеристики так или иначе детерминированы особенностями *phygital*-взаимодействия [1, с. 90]. Однако развитие цифровых технологий определило не только новые коммуникативные характеристики поколения Z, детерминированные *phygital*-взаимодействием, но и ценностные ориентиры нового поколения, главным из которых стала особая направленность на себя и, как следствие, свобода как главная поведенческая ценность в реальных и виртуальных практиках его бытия, его потребностей, его стремлении к самореализации.

В этих условиях актуализируется значение социально-гуманитарной и воспитательной составляющих образовательного процесса. В этой связи важен вопрос обучения молодого поколения поведенческой культуре в практиках реального и сетевого взаимодействия. В рамках данного исследования обучение цифровому этикету рассматривается на примере школьного и высшего образования как относительно самостоятельных образовательных подсистем и как составляющих единого системного поля образовательного процесса.

**Методология и источники.** Работа базируется на применении методологии междисциплинарного, институционального и системного подходов к рассмотрению процесса обучения цифровому этикету. Исследование осуществлено на материале отечественных и зарубежных источников, научных публикаций и сайтов. В частности речь идет о таких специалистах, как Л. М. Джонс, К. Ж. Митчелл, С. А. Рай, П. Доэрти, В. Ши, О. Лукинова, Р. И. Мамина и многих других.

**Результаты и обсуждение.** Рассматриваются образовательные стратегии обучения цифровому этикету поколения Z как основного субъекта обучения современной образова-

тельной среды в рамках школьного и высшего образования, выявляется специфика этих стратегий в рамках каждой из подсистем в образовательной системе как единого целого.

**Цифровой этикет: образовательные стратегии в школе.** О необходимости преподавания цифрового этикета в школе говорят и отечественные, и западные специалисты не только потому, что многие школьники проводят огромное количество времени в Интернете, важно, чтобы они знали о последствиях бездумного взаимодействия с цифровой средой. Однако в настоящее время ни в начальных, ни в старших классах нет отдельного предмета «Цифровой этикет» или «Цифровое воспитание», эти специальные знания интегрированы в другие предметные области школьного образования, а также в компьютерные факультативы, в программы школ полного дня, приложения для онлайн-обучения и др. Этому есть объективные причины: цифровой этикет – новый коммуникативный феномен цифровой эпохи, как полноценное предметное знание он еще находится в стадии становления и оформления, что и является предметом исследования. Тем не менее обучение основам цифрового этикета (при этом речь идет только о некоторых основах), которое сегодня происходит опосредованно через другие предметные знания, в совокупности с цифровой грамотностью становится важной составляющей школьного образования. Специфика образовательных стратегий обучения, основ цифрового этикета в рамках школьного образования включает в себя методический и методологический аспекты.

С позиций методического аспекта специалисты говорят о трех рамочных подходах, разработанных для учебных заведений с целью внедрения основ цифрового этикета в образовательный процесс. Основное внимание акцентируется на академической успеваемости учащихся, их взаимодействии в рамках образовательной среды и поведении вне ее. В целом указанные подходы представляют собой стратегии по управлению поведенческой культурой в цифровой и нецифровой среде начальной школы. Каждый фрейм имеет свои специальные программы, которые направлены на их реализацию в школе.

Первый фрейм, посвященный деятельности по преподаванию и обучению, включает программы цифровой грамотности и информационно-просветительские программы. В частности, в рамках деятельности по обучению цифровой грамотности школы играют важную роль в формировании цифровых навыков у всего коллектива. Это означает, что цели данной программы не ограничиваются только учащимися. Без цифровой грамотности учителей трудно говорить о цифровой грамотности учащихся. При этом для учащихся начальных классов вопрос стоит не только о грамотном, но и об ответственном использовании Интернетом.

Так, исследование, проведенное А. Янг в 2014 г. [2] среди детей младшего школьного возраста, показало, что они не знают, например, о том, что оставленный цифровой след может нести в себе определенные риски. Дети полагают, что все действия, совершаемые в Интернете, безопасны. Такие привычки, как постинг или репостинг, скачивание и обмен информацией с друзьями, считаются нормальными и вполне естественными. Однако подобные действия могут нести в себе угрозу, тем более, что далеко не вся информация соответствует той, которую можно было бы публиковать для широкого круга лиц. Информация, не всегда являющаяся корректной, а зачастую и просто фейковой, передается другим пользователям, пусть даже и без умысла, под видом реального факта. К сожалению, законодательные

запреты на распространение заведомо ложной информации всех проблем не решают, а порой лишь нагнетают и без того напряженную обстановку.

Во втором фрейме речь идет о внеклассном обучении, которое на сегодняшний день состоит из трех основных программ: программа реализации – мониторинг учащихся во время нахождения в школьной среде; ограничение использования устройств и формирование школ, дружественных к цифровым технологиям. Учащиеся контролируются во время нахождения в школе с точки зрения того, какие действия выполняются ими во время занятий. Такой контроль могут осуществлять как учителя, так и другие сотрудники школы. Кроме того, ученики ограничены в использовании устройств, это означает, что, находясь в школьной среде, гаджеты применяются максимально продуктивно. Пользоваться устройствами разрешается только для учебы. Последняя программа школьной среды – создание комфортной и безопасной школьной атмосферы для цифрового обучения.

Завершающим этапом является подход, применяемый вне школы. Школа объединяет усилия с родителями или опекунами учащихся, чтобы наладить эффективную коммуникацию для успешного обучения. Самый простой вариант взаимодействия – создать группу WhatsApp между домашним учителем и родителями учеников. Хорошая коммуникация будет способствовать реализации стратегии эффективного образования. Это делается для обеспечения контроля за детьми не только в школе, но и в домашних условиях.

Таковы некоторые образовательные стратегии методического характера в построении благоприятной почвы для приобщения к основам цифрового этикета в практиках современного школьного образования.

Что касается методологической базы, то в первую очередь речь идет об обучении основам этикета в офлайн. При этом главные ориентиры этого обучения в младших классах – знакомство с историей этикета как формы культуры, с ее отличительными особенностями, а также обучение элементарным правилам поведения дома, в школе, в гостях, в общественных местах. В старших классах обучение этикету – это уже приобщение молодого поколения к поведенческой культуре на всех уровнях взаимодействия, т. е. этикету как нормативно-этическому регулятиву отношений, которые складываются в социуме на микро- и макроуровнях. Этикетные нормы, в отличие от правил вежливого поведения, всегда ценностно обусловлены, поэтому обучение этикету в офлайн – это приобщение молодого поколения к системе ценностных ориентиров, на которых выстраивается все здание культуры человеческого поведения и общения в обществе. И только после этого – знакомство с Нетикетом Вирджинии Ши – первыми правилами поведения в сети Интернет первого поколения (1994 г.), а также азами цифрового этикета с учетом и того, что новая генерация «родилась со смартфоном в руках». Однако, если, например, понятия «дисклеймер» и «кросспостинг» – это уровень высшей школы, то правила взаимодействия с гаджетами – это уровень культуры, который очень важно привить детям в школьном возрасте. Сегодня поведение многих представителей новой генерации в присутственных местах, общественном транспорте, особенно в метро, настолько цинично, что вызывает не только неприятие, но и сожаление об утрате исторически сложившихся культурных традиций, основанных на уважении к людям старшего возраста, инвалидам, женщинам с детьми. И хотя эти слова, как мантра, звучат в метро из каждого динамика, но можно надеть наушники, сделать вид, что ушел в виртуал,

закрывать глаза или предпринять другие манипуляции. Ситуация выглядит еще более цинично, когда звучит вопрос: «Почему я должен уступать место?». Ответа просто не существует, особенно в культурной столице. Фаббинг – игнорирование присутствия других в пользу гаджета, громкий разговор по телефону в общественных местах и бесконечные селфи сегодня приобрели мировой уровень. Первыми забили тревогу австралийцы и даже создали движение Stop fabbing, благодаря которому стало известно, что явление, которое захватило весь цивилизованный мир на уровне пользователей, получило название fabbing. Специалисты определяют фаббинг как конец цивилизации, отсюда важно упреждение его социальных последствий [3]. И хотя в обществе происходит постепенное осознание важности живого общения, но формирование человека как личности, его нравственного каркаса – это прерогатива не только семьи, но и особая миссия школы.

Но преподавание этикета в офлайн имеет, как правило, факультативный характер, а обучение основам цифрового этикета ориентируется на его технологическую составляющую, отсюда и бытующее сегодня пренебрежительное отношение к другому человеку. Однако цифровой этикет – это феномен культуры новой эпохи, он не теряет своей этической направленности, но эта направленность детерминирована технологической природой Сети третьего поколения и сегодня является предметом исследования научного сообщества [4].

Таким образом, в практиках современного школьного образования реализуются образовательные стратегии в основном методического характера, что выражается в построении благоприятной почвы для приобщения к основам цифрового этикета. При этом, подчеркнем еще раз, в школьной образовательной среде речь идет только об основах цифрового этикета, но и этих основ достаточно, чтобы приобщить новое поколение к поведенческой культуре сетевого взаимодействия еще в школьные годы. Но это приобщение должно включать и цифровую грамотность, и культуру этикетного поведения как важные составляющие содержания цифрового этикета.

**Цифровой этикет: образовательные стратегии в высшей школе.** В рамках вузовского образования цифровой этикет еще не стал одной из образовательных стратегий ВШ. С одной стороны, предполагается, что, поскольку студенты-первокурсники уже владеют цифровой грамотностью, то они так или иначе знакомы и с основными правилами цифрового этикета, с другой – данное дисциплинарное знание находится в стадии становления. Однако в период пандемии, когда вузы были переведены в дистанционный формат и общение «студент – преподаватель» и «студент – администрация» стало опосредовано компьютером, оказалось, что мало кто из студентов действительно знаком с правилами оформления домашних заданий и презентационных материалов в цифровом формате, с правилами поведенческой культуры в Сети, в частности на мероприятиях, проводимых в режиме видеоконференций, правилами электронной деловой переписки и другими правилами цифрового этикета. И хотя определенные наработки в этой области уже были, например тематика цифрового этикета включена в предметное поле таких дисциплин, как «Деловое общение», «Деловой этикет», «Искусство самопрезентации» «Цифровая культура» и прочих, но это была только капля в море, которая не решала проблему. В условиях пандемии пришлось всем срочно учиться правилам цифрового этикета, поскольку именно его нормы практически во всех сферах жизнедеятельности социума, независимо от вида этой деятельности

(образование, медицина, бизнес и др.), во многом обеспечили возможность построения эффективной коммуникации.

В этой связи следует отметить, что своеобразной палочкой-выручалочкой, в том числе и для вузовской аудитории, стали книги зарубежных и отечественных авторов, а также статьи в интернет-источниках, посвященные правилам поведенческой культуры в Сети. Отдельно следует подчеркнуть актуальность выхода в свет книги О. Лукиновой, создателя телеграмм-канала «Цифровой этикет» с очень говорящим названием «Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете» [5]. Впервые в отечественной практике правила цифрового этикета, в том числе предлагаемые самим автором, собраны и представлены в виде единого свода правил поведения пользователей в интернет-пространстве. Особая ценность издания заключается в том, что речь идет о рекомендуемых правилах поведения в цифровой среде, при этом все они, по свидетельству самой О. Лукиновой, протестированы в телеграмм-канале «Цифровой этикет» с помощью опросов и обратной связи с подписчиками.

В целом практика показала, что в вузовской среде цифровой этикет как поведенческая культура в пространствах Digital- и Phygital-среды более чем актуальна, и это продиктовано не только периодом карантина. Владение культурой сетевого взаимодействия – это норма новой реальности. Частичное включение цифрового этикета в другие коммуникативные дисциплины не решает проблему. Например, при устройстве на работу для выпускников такие знания имеют большое значение, причем это касается не только правильного оформления резюме, записи видеоинтервью, поведения во время VCV-интервью и непосредственного общения с работодателем. Первое препятствие – это персональный бренд, т. е. вся информация о соискателе, которую отслеживает ИИ. В настоящих реалиях, хотим мы этого или нет, у каждой электронной персоны уже есть свой персональный бренд, а вместе с развитием блог-платформ и социальных сетей мы вступили в новую эпоху – эпоху личностей. В этой связи актуализируется значение личного бренда, формирование которого требует активной сознательной деятельности в создании своей репутации, важной составляющей которой является этикетное поведение в цифровой и нецифровой среде. Главные правила современного брендинга – это создание *аутентичного бренда*, который начинается с реальной личности, ее ценностей, ее поведенческой культуры, а также *идентичность*, которая основывается на приведении своих URL- (от англ. Uniform Resource Locator – унифицированный указатель ресурса) и IRL- (от англ. in real life, т. е. в реальной жизни, вне Интернета, физически, офлайн) образов к максимальному соответствию. Именно такое соответствие, где правилам цифрового этикета отводится особая роль, имеет репутационный характер и, как следствие, причины приглашения на собеседование или отказ [6].

Однако, например, для ИИ-специалистов актуальность темы связана и с подготовкой специалистов в этой области. Владение нормами этикетного поведения в Сети – это не только инструмент общения, но и возможность совершать новые прорывы в проблематике «moral machines», которая в соответствии с новыми реалиями становится общим делом физиков и лириков и оценивается аналитиками как тенденция на возрастающее значение процесса гуманитаризации современных знаний. Для высшей школы, в частности, это значит, что для инженерных профессий, разработчиков ИИ, включая новые профессии, направленные непосредственно на обучение машин навыкам коммуникационного взаимодействия с

человеком, этике и этикету ИИ, должны быть разработаны специальные гуманитарно ориентированные образовательные программы. В настоящих условиях даже самые усовершенствованные ИИ-системы созданы человеком и зависят только от человека, его знаний, нравственных ориентиров и правил поведенческой культуры, которым он обучает ИИ [7–9].

Таким образом, практика обучения цифровому этикету в высшей школе находится в стадии становления. Отдельные знания представлены в других коммуникативных дисциплинах, однако важность тематики требует других решений. Оформление и культивация новых правил в правила цифрового этикета как поведенческой культуры в пространствах Digital и Phygital – это мировой тренд, отражающий вызовы времени и актуализирующий значение цифрового этикета как предметного знания в ВШ, которое сегодня ждет своего часа.

Однако, формируясь на стыке гуманитарного и технологического знаний, Новый этикет выступает не только как инструмент общения, но и как современное междисциплинарное знание конвергентного характера, которое, с одной стороны, продолжает этическую направленность своего аналогового эквивалента, с другой – детерминировано технологической природой Web третьего поколения, что сегодня является предметом отдельного научно-исследовательского поиска.

**Заключение.** В условиях цифровых реалий возрастают роль и значение воспитательной компоненты образовательного процесса, в том числе и через обучение молодого поколения – поколения Z, поведенческой культуре в практиках реального и сетевого взаимодействия. В этой связи встает вопрос о важности образовательных стратегий применительно к обучению цифровому этикету в рамках и школьного, и ВШ-образования. При этом в практиках школьного образования хотя и разработаны и уже активированы определенные образовательные стратегии, которые направлены на формирование основ поведенческой культуры в Сети, однако методологическая составляющая требует отдельного внимания. К тому же они практически не пересекаются с вузовской. В то же время вузовская образовательная система функционирует не в связке со школьной, что во многом объясняется отсутствием у цифрового этикета дисциплинарного статуса, обучение непосредственно цифровому этикету имеет ограниченный характер, несмотря на свою актуальность. Соответственно, вопрос о необходимости обучения Новому этикету как новому предметному знанию, имеющему теоретико-прикладное значение, остается проблемой и в школе, и в ВШ.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стиллман Д., Стиллман И. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / пер. с англ. Ю. Кондукова. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
2. Young A. A 21st-century model for teaching digital citizenship // Educational Horizons. 2014. Vol. 92, iss. 3. P. 9–12. DOI: 10.1177/0013175X1409200304.
3. Что такое фаббинг? // Лайфхакер. URL: <https://liferhacker.ru/2017/05/12/phubbing> (дата обращения: 26.05.2022).
4. Мамина Р. И. Искусство самопрезентации в эпоху цифры. СПб.: Петрополис, 2020.
5. Лукинова О. Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете. М.: Эксмо, 2020.
6. Личный бренд в социальных сетях // Yourselfbranding. URL: <http://yourselfbranding.com/lichnyi-brend-v-socialnyh-setjah-chno-jeto> (дата обращения: 27.05.2022).
7. Доэрти П., Уилсон Дж. Человек + машина. Новые принципы работы в эпоху искусственного интеллекта / пер. О. Сивченко, Н. Яцюк. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.



8. Роботы-курьеры // Tadviser. 2019. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Продукт:Роботыкурьеры\\_JDcom](http://www.tadviser.ru/index.php/Продукт:Роботыкурьеры_JDcom) (дата обращения: 16.06.2022).

9. Чат-боты: настоящее и будущее искусственного интеллекта // Promdevelop. 2020. URL: <https://promdevelop.ru/chat-boty-nastoyashhee-budushhee-iskusstvennogo-intellekta/> (дата обращения: 02.06.2022).

### **Информация об авторе.**

**Почебут Станислав Николаевич** – старший преподаватель кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, 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.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.  
Поступила 08.06.2022; принята после рецензирования 07.07.2022; опубликована онлайн 23.09.2022.*

### **REFERENCES**

1. Stillman, D., Stillman I. (2018), *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*, Transl. by Yu. Kondukov, Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, RUS.

2. Young, A. (2014), "A 21st-century model for teaching digital citizenship", *Educational Horizons*, vol. 92, iss. 3, pp. 9–12. DOI: 10.1177/0013175X1409200304.

3. "What is phubbing?", *Lajfxaker*, available at: <https://lifehacker.ru/2017/05/12/phubbing> (accessed 26.05.2022).

4. Mamina, R.I. (2020), *Iskusstvo samoprezentatsii v epokhu tsifry* [The art of self-presentation in the digital era], Petropolis, SPb., RUS.

5. Lukinova, O. (2020), *Tsifrovoi etiket. Kak ne besit' drug druga v internete* [Digital etiquette. How not to annoy each other on the Internet], Eksmo, Moscow, RUS.

6. *Lichnyi brend v sotsial'nykh setyakh* [Personal brand on social media], *Yourselfbranding*, available at: <http://yourselfbranding.com/lichnyi-brend-v-socialnyh-setyah-cto-jeto> (accessed 27.05.2022).

7. Daugherty, P. and Wilson, J. (2019), *Human + Machine: Reimagining Work in the Age of AI*, Transl. by Sivchenko, O. and Yatsyuk, N., Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, RUS.

8. "Robots Couriers" (2019), *Tadviser*, available at: [http://www.tadviser.ru/index.php/Продукт:Роботы-курьеры\\_JDcom](http://www.tadviser.ru/index.php/Продукт:Роботы-курьеры_JDcom) (accessed 16.06.2022).

9. "Chatbots: Present and Future of Artificial Intelligence" (2020), *Promdevelop*, available at: <https://promdevelop.ru/chat-boty-nastoyashhee-budushhee-iskusstvennogo-intellekta/> (accessed 02.06.2022).

### **Information about the author.**

**Stanislav N. Pochebut** – Senior Lecturer at the Department of Philosophy, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author more than 25 scientific publications. Area of expertise: axiology, actual problems of modern education, cross-cultural communications, digital communications, digital etiquette, philosophical problems of innovations and innovations in science.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.  
Received 08.06.2022; adopted after review 07.07.2022; published online 23.09.2022.*