

ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ, ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ



УДК 159.9

Научная статья

<https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-2-23-28>



Идентичность в сетевой культуре как механизм самоопределения

Е.Б. Ивушкина , Н.И. Морозова 

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

Донского государственного технического университета в г. Шахты, г. Шахты, Российская Федерация

✉ ivushkina62@mail.ru

Аннотация

Введение. Состояние информационной среды общества оказывает весьма существенное влияние на состояние психики людей, стереотипы их поведения в обществе, на их моральные нормы, нравственные критерии и духовные ценности. Задача исследования – проанализировать возрастающую тенденцию распространения Internet, которая влечёт за собой формирование открытого пространства, трансформацию личности в Internet-социуме, конструирование новых социальных практик и элементов коммуникации, виртуализацию социальных институтов.

Материалы и методы. В основу материалов и методов легли базисные положения концепции информационного общества, понятия идентичности и персонализации, изучение появляющихся новых объектов сетевой культуры, описание их свойств и методов изучения.

Результаты исследования. В постперестроечный период в Российской Федерации происходит усиление так называемой первичной идентичности, возрождение «утраченной идентичности», в качестве которой прежде всего выступает этническая идентичность. В то время как другие значимые прежде идентичности размываются, этническая идентичность (этничность) выходит в самоопределении человека на первый план. Информатизация, формируя единое мировое информационное пространство, создает возможности для контроля над массовым сознанием, манипулируя им во внутренней политике, что также ведет к размыванию идентичности.

Обсуждение и заключение. Смена типов коммуникации, связанная с преобладанием визуального начала в трансляции информации, наводит на мысли о том, что человечество движется к линии внешней простоты в культуре, освобождаясь тем самым от переизбытка и сложности ценностно-смыслового багажа цивилизации, накопленного столетиями. Информационно-коммуникативное пространство современной социокультурной системы является характеристикой сетевой культуры, которая складывается стихийно и спонтанно. В основе сетевой культуры – разнородные контакты людей, их нелинейные взаимодействия. Одним из основных отрицательных результатов изменения принципов коммуникативной деятельности людей в реальном мире является разрушение субъектности. Эти и многие другие противоречия иллюстрируют согласованность современного человека со временем, в котором он живёт, с веком бифуркации.

Ключевые слова: идентичность, персонализация, сетевая культура

Для цитирования. Ивушкина Е.Б., Морозова Н.И. Идентичность в сетевой культуре как механизм самоопределения. *Научный альманах стран Причерноморья*. 2024;10(2):23–28. <https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-2-23-28>

Original article

Identity in Network Culture as a Mechanism of Self-determination

Elena B. Ivushkina , Nelly I. Morozova 

Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty, Shakhty, Russian Federation

✉ ivushkina62@mail.ru

Abstract

Introduction. The state of the information environment of society has a very significant impact on the state of the psyche of people, stereotypes of their behavior in society, on their moral standards, moral criteria and spiritual values. The task

of the study is to analyze the increasing trend in the spread of the Internet which entails the formation of an open space, the transformation of the personality in the Internet society, the construction of new social practices and elements of communication, and the virtualization of social institutions.

Materials and methods. The materials and methods were based on the basic provisions of the concept of the information society, the concept of identity and personalization, the study of emerging new objects of network culture, the description of their properties and methods of study.

Results. In the post-perestroika period in the Russian Federation, the so-called primary identity is strengthened, there is a revival of the "lost identity" which is primarily ethnic identity. While other previously significant identities are blurred, ethnic identity (ethnicity) comes to the fore in a person's self-determination. Informatization, forming a single world information space, creates opportunities for control over mass consciousness, manipulating it in domestic politics which also leads to the erosion of identity.

Discussion and conclusion. The change in types of communication associated with the predominance of the visual principle in the broadcast of information suggests that humanity is moving towards the line of external simplicity in culture, thereby freeing itself from the oversupply and complexity of the value-semantic baggage of civilization accumulated over centuries. The information and communication space of the modern sociocultural system is a characteristic of the network culture which develops spontaneously. Network culture is based on multi-level contacts of people, their non-linear interactions. One of the main negative results of changing the principles of communication activities of people in the real world is the destruction of subjectivity. These and many other contradictions illustrate the coherence of a modern man with the time in which they live, with the age of bifurcation.

Keywords: identity, personalization, network culture.

For citation. Ivushkina E.B., Morozova N.I. Identity in Network Culture as a Mechanism of Self-determination. *Science Almanac of Black Sea Region Countries*. 2024;10(2):23–28. <https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-2-23-28>

Введение. Понятие «идентичность» этимологически восходит к позднелатинским *identifico* (отождествляю) и *identicus* (тождественный, одинаковый). В современной науке термин «идентичность» применяется для обозначения феномена групповой и этнической референции, совпадения ценностей, интроспективно понятой самоидентичности. Идентичность включает как рационально вербализуемые, так и внерациональные механизмы самоопределения и постижения другого.

Задача исследования – проанализировать возрастающую тенденцию распространения Internet, которая влечёт за собой формирование открытого цифрового пространства, трансформацию личности в Internet-социуме, конструирование новых социальных практик и элементов коммуникации, виртуализацию социальных институтов.

Материалы и методы. В основу материалов и методов легли базисные положения концепции информационного общества, понятия идентичности и персонализации, изучение появляющихся новых объектов сетевой культуры, описание их свойств и методов изучения. К используемым научным методам относятся: метод причинно-следственных связей, методы сравнения и моделирования.

Результаты исследования. Э. Эрикссон рассматривал идентичность как процесс, находящийся как в центре самого индивидуума, так и в центре его общественной культуры [1]. По мнению Э. Эриксона, во время Второй мировой войны «идентичность» как термин клинический применялся по отношению к участникам военных действий, которые, попав в экстремальные условия войны, утратили контроль над собой. Таким образом, чувство идентичности может осознаваться только в ситуации кризиса, когда возникают затруднения в самоопределении, когда идентичность противоречит образцам в результате столкновения позитивной и негативной идентичности, а также в ситуации положительного переживания собственной идентичности. В других случаях идентичность является неосознанной. Именно поэтому, считает Эрикссон, оптимальное чувство идентичности, равно как и сама идентичность (в отличие от её кризисов), с трудом поддается исследованию и на настоящий момент изучено весьма слабо.

В свою очередь канадский политический философ Ч. Тэйлор считает, что идентичность формируется процедурами признания (или отказа в признании) нас другими. Отдельный человек или группа людей могут страдать от действительного унижения, если их самообраз, который они получили от окружающего их сообщества, является ущербным или унижительным [2].

Основными компонентами идентичности являются группы, с образом которых связывает себя индивид, представление о «своей группе», эмоциональная окрашенность отношения, образ «другого». Формы социальной идентичности являются одной из важнейших составляющих культурного единства.

Информатизация, формируя единое мировое информационное пространство, создает возможности для контроля над массовым сознанием, манипулируя им во внутренней политике, что также ведет к размыванию идентичности.

Онлайн-сообщества отличаются от традиционных организаций несколькими аспектами, которые также отражаются на культурном уровне. Во-первых, в отличие от традиционных организаций, процессы обмена внутри онлайн-сообществ регулируются не официальными договорными соглашениями, а скорее реляционными

контрактами, которые основаны на доверии, общих нормах, ценностях и общей взаимности [3]. Во-вторых, онлайн-сообщества демонстрируют отличительную характеристику открытости, которая позволяет членам свободно присоединяться к сообществу и покидать его, участвовать в решениях о распределении ресурсов, вносить свой вклад без денежной компенсации и действовать децентрализованно, без иерархических структур управления [4; 5].

Но этот идеализированный взгляд на онлайн-сообщества был разрушен работами [5; 6], в которых отмечается, что интернет-сообщества почти характеризуются контролем над сообществами, которым обладает отдельный человек или небольшая группа, власть исходит от основателей и назначенных ими преемников, и уход пользователей как наиболее действенное средство выражения несогласия. Хотя в онлайн-сообществах отсутствуют явные иерархические структуры, скрытые расхождения во власти и иерархии все еще существуют. Члены сообщества обязаны подчиняться правилам, установленным властями, и их самый мощный протест ограничен свободой покидать этот офис.

Значительное внимание уделялось изучению правил, установленных в онлайн-сообществах, и разработке норм и ритуалов среди его членов. Индивидуальное поведение в онлайн-сообществах не является чисто автономным, а скорее реакцией на предшествующие действия посредством взаимодействия между членами, которые руководствуются определенными правилами. Общее сознание, цели и убеждения членов сообщества являются фундаментальными элементами онлайн-сообществ, поэтому разумно применять рамки организационной культуры к онлайн-контексту.

Исследование [8] концептуализирует онлайн-сообщества как общие ценности среди членов сообщества на трех уровнях. Первый уровень относится к общим моделям поведения среди членов сообщества. Второй уровень включает правила, установленные и поддерживаемые онлайн-сообществами, и нормы, совместно сформированные членами сообщества. Третий уровень включает невидимые общие убеждения среди членов сообщества. Личные убеждения основателя сообщества и первоначальных членов сообщества вносят вклад в предварительное формирование его культуры. Эта культура в свою очередь формирует привлечение, отбор и удержание людей (новичков) в онлайн-сообществах. Люди более склонны оставаться и активно участвовать, когда они видят соответствие между своими личными убеждениями и ценностями сообщества и наоборот. В конечном счете присутствие членов сообщества, разделяющих схожие убеждения, способствует большему сближению онлайн-сообществ. Этот процесс имеет сходство с механизмом формирования организационной культуры, хотя и с той разницей, что в онлайн-сообществах повышается легкость вступления в сообщество или выхода из него. В результате только люди, которых сильно привлекает конкретное онлайн-сообщество скорее всего останутся активно вовлеченными в него.

Онлайн-сообщество рассматривается как значительный фактор, влияющий на обмен знаниями, обсуждение начинается с общих моделей поведения, наблюдаемых в онлайн-сообществах, которые тесно связаны с активным участием членов и намерением делиться знаниями. Впоследствии в ней обобщаются основные культурные ценности, которые управляют этими моделями поведения на более глубоком уровне [8].

Б.С. Батлер [9] исследует вклад членов сообщества посредством анализа затрат и выгод, предполагая, что их намерение поделиться знаниями определяется выгодами и издержками, связанными с членством в сообществе. Если онлайн-сообщество может предложить различные преимущества, включая поддержку развития межличностных отношений, восприятия принадлежности, предоставление социальных услуг и содействие дискуссиям, которые предоставляют ценную информацию для его участников, то с большей вероятностью это привлечет и удержит участников. Тем не менее он подчеркивает, что именно члены сообщества, которые готовы посвятить свое время и усилия оказанию поддержки, способствуют укреплению поддержки группы (сообщества). Удовольствие от помощи другим и взаимность в ответ на помощь других являются важнейшими мотивами для онлайн-обмена знаниями.

Независимо от видов поведения, которые вносят вклад в онлайн-сообщества и приносят пользу другим, члены сообщества также могут заниматься девиантным поведением в Интернете, таким как зависимость, нарушения конфиденциальности и интернет-агрессия. Как типичное онлайн-девиантное поведение в онлайн-сообществах, интернет-агрессия широко обсуждалась в исследованиях [10–12]: это открытые и преднамеренные акты агрессии, направленные против другого человека в сети, обмен грубыми или унижительными комментариями, угрозы, домогательства, нежелательные комментарии различного характера и исключение других людей.

А. Циммерман и Г. Ибарра [13] исследуют два важнейших компонента компьютерно-опосредованной коммуникации, а именно анонимность и социальное моделирование. Анонимность придает людям чувство безопасности, позволяя им свободно выражать себя и потенциально усиливая их склонность к агрессии. Более того, социальное моделирование играет роль в смягчении влияния анонимности на поведенческие соблазны к агрессии. Когда анонимные участники подвергаются воздействию агрессивных социальных моделей, они с большей вероятностью отреагируют повышенной агрессией, поскольку за это не предусмотрено ответственности или наказания. В результате участники, которые становятся мишенями и подвергаются нападкам в сообществе, несут больше издержек, чем выгод, что вынуждает их принять решение покинуть онлайн-сообщество. Это наносит ущерб как развитию сообщества, так и непрерывному взаимодействию между членами сообщества.

Основываясь на этих аргументах, Ч. Менгру [8] предлагает две типичные культурные ценности, которые могут быть связаны с намерением участников делиться знаниями: агрессивная культура и поддерживающая культура. В частности, сообщества, участники которых проявляют более высокую степень агрессивности, скорее всего привлекают больше людей с агрессивными наклонностями. Те кто становится мишенью интернет-агрессии, часто предпочитают покинуть такие сообщества из-за неблагоприятного соотношения затрат и выгод. Напротив, в онлайн-сообществах, где преобладает взаимная поддержка между участниками, дружеский и позитивный обмен информацией может стать нормой. Поскольку отдельные люди извлекают из такого взаимодействия больше выгод, чем затрат, они, как правило, остаются в сообществах и вносят активный вклад.

Кроме того, эти две культуры могут сосуществовать. Хотя конкретное онлайн-сообщество может демонстрировать преобладающую склонность к одной культурной ценности, это не подразумевает исключительного присутствия только одной. В связи с этим автор представляет две ситуации. Во-первых, подобно присутствию субкультур в традиционных организациях, широкое участие в онлайн-сообществах в сочетании с сегментацией этих сообществ естественным образом приводит к возникновению субкультур. Таким образом, возможно, что в крупном онлайн-сообществе некоторые подсообщества могут демонстрировать большую агрессивность, в то время как другие могут оказывать большую поддержку. Во-вторых, онлайн-сообщества также могут демонстрировать отсутствие четких предпочтений, попадая в умеренный спектр, который не отдает чрезмерного предпочтения ни агрессивности, ни готовности поддержать, но поддерживает сбалансированное сосуществование обеих черт.

Всё это указывает на то, что категории пространства применительно к жизни человека и общества в последние десятилетия все активнее используется в науках об обществе и человеке [14–18]. Распространение новых возможностей коммуникации через интернет создает особое сетевое пространство, в котором погруженные в него пользователи общаются без границ и без ограничений, в том числе и цензурных. Семиосфера подразумевает различие между культурами именно как условие общения. Современное коммуникационное пространство, напротив, само создает правила и способы общения, вынуждая культуры говорить на этом языке. В общемировом общении начинают господствовать интегративные языковые тенденции. Одним из результатов этого процесса становится подчинение всех языков тому, который в наибольшей степени способен распространить себя в силу политических, научно-технических и других условий. Мир начинает говорить на языке тех стран, которые в нем господствуют.

Обсуждение и заключение. В последнее время все чаще мы говорим о сетевой культуре, которая неразрывно связана с технологическими концепциями обеспечения повсеместного и удобного сетевого доступа по требованию к общему пулу конфигурируемых вычислительных ресурсов, которые могут быть оперативно предоставлены и освобождены с минимальными эксплуатационными затратами.

Персональная идентичность размыта или отсутствует. Создается образ аккаунта, игрока, социальной группы и т. д. Создается некое впечатление. Но при этом можно продать адрес электронной почты, аккаунты; можно менять правила поведения. На этом основании персонализация «закрыта».

Интернет трансформировал культуру общения между людьми в целом. Возрастающие тенденции распространения интернет, формирование открытого пространства, трансформация личности в интернет-социуме, конструирование новых социальных практик и элементов коммуникации, виртуализация социальных институтов, – все эти и другие факторы во многом обуславливают структуру информационного поля, которое строится в виртуальной плоскости и деформирует традиционные средства коммуникации в интернет-средства.

Смена типов коммуникации, связанная с преобладанием визуального начала в трансляции информации, наводит на мысли о том, что человечество движется к линии внешней простоты в культуре, освобождаясь тем самым от переизбытка и сложности ценностно-смыслового багажа цивилизации, накопленного столетиями. Внимание учёных привлекают также такие проблемы, как скупость и мимолётность межличностного взаимодействия, перемещение общения в область сознания посредством погружения человека в виртуальную реальность и вытеснение из его сознания жизненных ценностей.

Информационно-коммуникативное пространство современной социокультурной системы является характеристикой сетевой культуры, которая складывается стихийно и спонтанно. В основе сетевой культуры – разноразличные контакты людей, их нелинейные взаимодействия. Сетевая культура – это культура, сформированная и на знании, и на виртуально-мифологическом сознании.

Включение человека в процесс создания, хранения, обработки и передачи информации вносит изменения в его воображение, поведение в реальном мире, выражение эмоций, развитие памяти. Одним из основных отрицательных результатов изменения принципов коммуникативной деятельности людей в реальном мире является разрушение субъектности.

Человечество стремится к распространению по всей планете единой информационно-коммуникативной сети Интернет, но на самом деле каждый старается создать свой собственный мир, замкнувшись в себе и ограничив формы своей социальности.

Общение в сети Интернет привлекает нейтральностью и безоценочностью, отсутствием социальных последствий. Напротив, распространение сети Интернет ограничивает развитие деятельных способностей человека, приучает его к симуляции и человек теряет базовую потребность в общении.

На наш взгляд, эти и многие другие противоречия иллюстрируют согласованность современного человека со временем, в котором он живёт, с веком бифуркации. На сегодняшний день сеть Internet – это глобальная самоорганизующаяся система, саморазвивающийся и разрастающийся гипертекст. Создание человеком этой динамичной информационно-коммуникационной среды ознаменовало своеобразное начало в развитии информационной культуры. С изменением объективных и субъективных условий коммуникации связано изменение ценностных ориентиров, как общесоциальных, так и индивидуальных.

Список литературы

1. Эриксон Э. *Идентичность: юность и кризис*. Москва; 1996.
2. Tailor Cb. *The Politics of Recognition. Multiculturalism and the Politics of Recognition*. Princeton; 1992.
3. Demil B., & Lecocq X. (2006). Neither Market nor Hierarchy nor Network: The Emergence of Bazaar Governance. *Organization Studies*. 2006;27(10):1447–1466. <https://doi.org/10.1177/0170840606067250>
4. Muniz A.M., O’guinn T.C. Brand community. *Journal of Consumer Research*. 2001;27(4):412–432.
5. Aliyeva N.Z., Ivushkina E.B., Morozova N.I., Vasenev S.L. Human capital and identity in the global digital space. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2020; 1100:156–161. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39319-9_17
6. Noble S.U. Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism. *Algorithms of oppression*. New York university press; 2018.
7. Schneider N. Admins, mods, and benevolent dictators for life: The implicit feudalism of online communities. *New Media & Society*. 2022; 24(9):1965–1985.
8. Mengru Zh. Measuring online community culture: Scale development and validation. *Computers in Human Behavior Report*. 2024;13:100375. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100375>
9. Butler B.S. Membership size, communication activity, and sustainability: A resource-based model of online social structures. *Information systems research*. 2001;12(4):346–362.
10. Raskauskas J., Stoltz A. D. Involvement in traditional and electronic bullying among adolescents. *Developmental psychology*. 2007;43(3):564.
11. Dooley J. J., Pyżalski J., Cross D. Cyberbullying versus face-to-face bullying: A theoretical and conceptual review. *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*. 2009;217(4):182–188.
12. Xu B., Xu Z., Li D. Internet aggression in online communities: a contemporary deterrence perspective. *Information Systems Journal*. 2016; 26(6):641–667.
13. Zimmerman A.G., Ybarra G.J. Online aggression: The influences of anonymity and social modeling. *Psychology of Popular Media Culture*. 2016;5(2):181.
14. Алиева Н.З., Ивушкина Е.Б., Морозова Н.И. *Глобальное цифровое пространство: нелинейный подход*. Новочеркасск: Лик; 2020. 107 с. ISBN 978-5-907391-99-4.
15. Касабеков С.А., Кубжасарова И.К. Гносеология информационного пространства. *Education. Quality Assurance*. 2020;19(2):11–12.
16. Пищальникова В.А. Новые когнитивные структуры в цифровой информационной среде. Вестник Московского государственного лингвистического университета. *Гуманитарные науки*. 2018; 807(13):192–201.
17. Стрельчук А.Р. Культурная идентификация в условиях трансформирующегося коммуникативного пространства. *Вестник Вятского государственного университета*. 2018;4:81–85. <https://doi.org/10.25730/VSU.7606.18.040>

References

1. Erikson E. *Identichnost: yunost i krizis = Identity: adolescence and crisis*. Moscow; 1996 (In Russ.).
2. Tailor Cb. *The Politics of Recognition. Multiculturalism and the Politics of Recognition*. Princeton; 1992.
3. Demil B., & Lecocq X. (2006). Neither Market nor Hierarchy nor Network: The Emergence of Bazaar Governance. *Organization Studies*. 2006;27(10):1447–1466. <https://doi.org/10.1177/0170840606067250>
4. Muniz A.M., O’guinn T.C. Brand community. *Journal of Consumer Research*. 2001;27(4):412–432.
5. Aliyeva N.Z., Ivushkina E.B., Morozova N.I., Vasenev S.L. Human capital and identity in the global digital space. *Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2020; 1100:156–161. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39319-9_17
6. Noble S.U. Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism. *Algorithms of oppression*. New York university press; 2018.
7. Schneider N. Admins, mods, and benevolent dictators for life: The implicit feudalism of online communities. *New Media & Society*. 2022;24(9):1965–1985.
8. Mengru Zh. Measuring online community culture: Scale development and validation. *Computers in Human Behavior Report*. 2024;13:100375. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100375>
9. Butler B.S. Membership size, communication activity, and sustainability: A resource-based model of online social structures. *Information systems research*. 2001;12(4):346–362.
10. Raskauskas J., Stoltz A.D. Involvement in traditional and electronic bullying among adolescents. *Developmental psychology*. 2007;43(3):564.
11. Dooley J.J., Pyżalski J., Cross D. Cyberbullying versus face-to-face bullying: A theoretical and conceptual review. *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*. 2009;217(4):182–188.

12. Xu B., Xu Z., Li D. Internet aggression in online communities: a contemporary deterrence perspective. *Information Systems Journal*. 2016; 26(6):641–667.
13. Zimmermann A.G., Ybarra G.J. Online aggression: The influences of anonymity and social modeling. *Psychology of Popular Media Culture*. 2016;5(2):181.
14. Aliyeva N.Z., Ivushkina E.B., Morozova N.I. *Globalnoye tsifrovoye prostranstvo: nelineynyy podkhod = Global digital space: a non-linear approach*. Novocherkassk: Lik; 2020. 107 pp. ISBN 978-5-907391-99-4 (In Russ.).
15. Kasabekov S.A., Kubzhasarova I.K. Gnoseologiya informatsionnogo prostranstva = Gnoseology of the information space. *Education. Quality Assurance*. 2020;19(2):11–12 (In Russ.).
16. Pishchalnikova V.A. Novyye kognitivnyye struktury v tsifrovoy informatsionnoy srede = New cognitive structures in the digital information environment. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanitarian sciences*. 2018; 807(13):192–201 (In Russ.).
17. Strelchuk A.R. Kulturnaya identifikatsiya v usloviyakh transformiruyushchegosya kommunikativnogo prostranstva = Cultural identification in a transforming communicative space. *Bulletin of Vyatka State University*. 2018;4:81–85. <https://doi.org/10.25730/VSU.7606.18.040> (In Russ.)

Об авторах:

Ивушкина Елена Борисовна, доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой информатики, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского государственного технического университета в г. Шахты (РФ, 346500, г. Шахты, ул. Шевченко, 147), [ORCID](https://orcid.org/0000-0001-9151-1010), ivushkina62@mail.ru

Морозова Нелли Игоревна, кандидат философских наук, доцент кафедры информатики, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского государственного технического университета в г. Шахты (РФ, 346500, г. Шахты, ул. Шевченко, 147), [ORCID](https://orcid.org/0000-0001-9151-1010), morozova-nelli-86@yandex.ru

Поступила в редакцию 17.04.2024

Поступила после рецензирования 30.04.2024

Принята к публикации 30.04.2024

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

About the Authors:

Ivushkina Elena Borisovna, Doct. (Philosophy), Professor, Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty (147, Shevchenko st., Shakhty, 346500, RF), [ORCID](https://orcid.org/0000-0001-9151-1010), ivushkina62@mail.ru

Morozova Nelly Igorevna, Cand. Sci. (Philosophy), Associate Professor, Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty (147, Shevchenko st., Shakhty, 346500, RF), [ORCID](https://orcid.org/0000-0001-9151-1010), morozova-nelli-86@yandex.ru

Received 17.04.2024

Revised 30.04.2024

Accepted 30.04.2024

Conflict of interest statement

The authors do not have any conflict of interest.

The authors have read and approved the final manuscript.