

Краудфандинг (crowdfunding) – финансирование проекта или бизнеса за счет небольших взносов от большого числа людей, обычно через Интернет.

Мем (meme) – элемент культуры или идеи, который распространяется в Интернете, часто в виде изображения с текстом.

Таким образом, заимствования отражают влияние английского языка на современный русский и показывают, как язык адаптируется к новым реалиям и технологиям.

Н. С. СУББОТА

Беларусь, Минск, МГЛУ

ЭТИКА ЦИФРОВОГО ОБЩЕНИЯ: ГРАНИЦЫ И ЦЕННОСТИ

Интернет, как и любая другая технология, содержит в себе как положительные, так и отрицательные стороны. Огромные объемы информации, поступающей ежедневно в открытый доступ пользователям Сети, помимо своего положительного влияния, несут также деструктивную функцию, которая заключается в образовавшейся проблеме регулирования поступления разрозненной информации в массы. Вкупе с относительной свободой изъяснения и анонимностью, которой наделены пользователи Сети, цифровое пространство Интернета выступает плодотворной средой для нарушения этических норм и моральных принципов.

Некоторые исследователи полагают, что проблема кроется в несовпадении морально-этических установок между старшим поколением и молодым, которое уже не знает жизни вне Сети. Так, Е. А. Чудакова и Т. В. Баторова отмечают, что такие моральные ценности, как любовь, взаимоуважение, честность, достоинство, патриотизм, верность, альтруизм, трудолюбие, уважение к старшим, оказались неактуальными для современной молодежи, проводящей большую часть своего времени в Сети [1, с. 47]. На основе статистических данных, полученных путем социального опроса, они пришли к выводу, что на смену старым ценностям приходят новые – цифровые ценности: информация, прозрачность, стандартизация, функциональность, гибкость, скорость передачи информации, ориентированность на выгоду, на лайки, стремление к комфорту [2, с. 98].

Возникновение новых коммуникативных областей деятельности послужило своего рода триггером к переосмыслению моральных норм и правил, их традиционного значения. Как виды прикладной этики возникают компьютерная, сетевая, инженерная этики, которые выстраивают систему взаимоотношений между различными субъектами в коммуникационном пространстве современности. Однако наиболее ярким направлением при-

кладной этики, вышедшим за ее границы и учитывающим специфику бытия человека XXI в. является информационная этика.

Согласно работам Л. Флориди, информационная этика основывается на внутренней ценности информации и информационных сущностей, под которыми может пониматься любой объект либо бытие вообще. Любое действие, направленное на искажение или сокращение инфосферы, рассматривается как причинение вреда, т. е. как форма зла [3, с. 9].

В русле информационной этики получает свое развитие киберэтика. Т. Ю. Павельева в своих исследованиях дает следующее определение данному понятию: «современное направление прикладной этики, изучающее деятельность субъектов общественных отношений, использующих компьютер, иные элементы современных информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ), которые являются атрибутивными признаками постиндустриального, информационного общества» [4, с. 94].

Киберэтика регулирует поведение пользователей в Сети и в процессе этого действия решает целый ряд проблем, таких как: 1) проблема формирования гуманной личности; 2) проблема регулирования поведения пользователей Сети; 3) проблема формирования информационной культуры; 4) разработка основных принципов деятельности пользователей социальных сетей и другие [5, с. 152].

Одной из наиболее значимых проблем интернет-коммуникации является легкость, с которой распространяется дезинформация и фейковые новости. Интернет обеспечивает мгновенный доступ к информации, но также создает условия для быстрого распространения ложных данных. Зачастую на просторах Интернета фейковые новости распространяются быстрее и шире, чем достоверные сообщения. Это объясняется сенсационным характером фейковых новостей, которые привлекают внимание и вызывают эмоциональный отклик, в то время как достоверные данные часто менее привлекательны.

В контексте данной проблематики интересна точка зрения Г. Л. Тульчинского. В своем исследовании автор отмечает, что на протяжении многих десятилетий мир устной и отчасти письменной коммуникации соотносился с реальностью посредством описания ситуаций, апеллирующих к непосредственному опыту личности, вызывая соответствующие ассоциации. Фильтром достоверности выступал сам человек, его окружение. С возникновением печати добавился авторитет автора, издателя, а потом и журналиста. Появление кино, телевидения и экранной культуры добавило наглядной убедительности в формирование смысловой картины мира. Однако переломным моментом, по мнению Г. Л. Тульчинского, стало возникновение социальных сетей и блогосферы, повлекшие за собой существенный рост количества информации, а также изменение ее качества. Исследователь отмечает, что «каждый блогер, каждый пользователь вно-

сит свой контент, свое понимание и свою правду». Такая ситуация, убежден Г. Л. Тульчинский, и является питательной средой, «бэкграундом постправды» и «фейков», за которыми могут стоять не только расчетливое манипулирование, но и шутки, поспешные реакции, наивное доверие, непроверенные факты, спекуляция на оскорбленных чувствах. И это не утверждение, а мне ние, на которое его транслятор «имеет право» [6, с. 82].

Подобные действия по распространению дезинформации подрывают доверие к информации в целом и разрушают основу для конструктивного общественного диалога. Люди начинают сомневаться в достоверности любой информации, что ведет к общему снижению уровня доверия в обществе.

Современного автора информации мало интересует ее соответствие реальности, во главе угла ставится ее соответствие поставленной задаче воздействия. Для этого используется целый ряд приемов: адекватный контент в неадекватном контексте; ссылки на псевдоисточники; ложная, но ярко поданная информация; «скорректированная» реальная информация; осмеяние; несоответствие заголовков материалов их содержанию и т. п. Такого рода приемы активно применяются в рекламе, пропаганде [7].

Интернет, являясь мощным инструментом коммуникации, порождает сложные этические вызовы, связанные с распространением дезинформации, размыванием традиционных моральных ценностей и анонимностью пользователей. В этих условиях информационная этика и киберэтика выступают как ключевые направления для регулирования цифрового взаимодействия, формирования новой культуры общения и противодействия деструктивным явлениям в информационном пространстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Трубина, Н. А. Трансформация моральных ценностей в цифровой коммуникации / Н. А. Трубина, Л. Р. Миркушина // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки. – 2022. – № 3 (43). – С. 44–56.
2. Чудакова, Е. А. Влияние Интернета на нравственные ценности молодежи / Е. А. Чудакова, Т. В. Баторова. – URL: <https://infourok.ru/statya-vliyanie-interneta-na-nravstvennie-cennosti-molodezhi-3400299.html> (дата обращения: 10.02.2025).
3. Floridi, L. Information Ethics: On the Theoretical Foundations of Computer Ethics, Ethics and Information Technology / L. Floridi // PhilArchive. – URL: <https://philpapers.org/archive/FLOIEO.pdf> (date of access: 10.02.2025).
4. Павельева, Т. Ю. Информационная культура: понятие, содержание / Т. Ю. Павельева // Социально-политические науки. – 2018. – № 5. – С. 94–96.
5. Курбакова, Д. О. Современная информационная этика и проблемы виртуальной коммуникации / Д. О. Курбакова // Сервис Plus. – 2021. – Т. 15, № 3. – С. 150–155.
6. Тульчинский, Г. Л. Цифровизация коммуникации и прикладная этика: ценностная регуляция, ответственность и паррессия / Г. Л. Тульчинский // Ведомости прикладной этики. – 2022. – № 2. – С. 80–90.

7. Тульчинский, Г. Л. Тело свободы : ответственность и воплощение смысла. Философско-семиотический анализ : монография / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Алетейя, 2019. – 470 с.

SONG JIAMIN¹, A. A. BIYUMENA²

¹Belarus, Minsk, BSU

²Belarus, Minsk, MSU

MEDIA COVERAGE OF TRADITIONAL CHINESE FESTIVALS

With the development of society and changes in the media environment, media coverage of traditional Chinese festivals is facing new challenges and opportunities in terms of communication effects, cultural heritage and social impact. This study aims to solve the following scientific problems: first, to analyze the contents and forms of different media's coverage of traditional Chinese festivals, and to reveal their reporting modes and communication strategies; second, to study the effects and impacts of media coverage on the cultural inheritance and development of traditional Chinese festivals, including the awareness of traditional festivals, the identification with traditional culture, and the impacts of participation in traditional festivals; third, to understand the acceptance and evaluation of media coverage of traditional Chinese festivals by different audiences; fourth, to explore the relationship between media coverage and social and cultural changes by comparing the changes of media coverage in different periods, and to provide methods for optimizing media coverage.

This study mainly relies on the following theoretical concepts. First, the theory of cultural communication, the media, as an important carrier of cultural communication, plays a key role in the inheritance and dissemination of traditional festival culture, and realizes the transmission and sharing of culture through the reporting of historical origins of festivals, customary activities and other contents. Secondly, media environmentalism theory, which emphasizes the impact of media technology on society and culture. Different media environments will have different impacts on the way the media report traditional festivals as well as the communication effects, and will also change the way the audience receives and participates in the festivals. Third, the framing theory, when the media report traditional festivals, they will construct a specific reporting frame by selecting and emphasizing certain elements, which will affect the audience's perception and understanding of the festival.

Materials reported by many types of media during different traditional festivals were collected, including newspapers, television stations, news websites, social media platforms, and so on. Major traditional festivals such as Chinese