
**ФИЛОСОФИЯ: МИР В ЧЕЛОВЕКЕ
И ЧЕЛОВЕК В МИРЕ
PHILOSOPHY: UNIVERSE IN HUMAN
AND HUMAN IN UNIVERSE**

Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2025. Т. 12. № 2. С. 55–64.

Economic and Social Research. 2025. Vol. 12. No. 2. P. 55–64.

Научная статья

УДК 18 + 111.85 + 7.01 + 7.03 + 316.42 + 008

DOI: 10.24151/2409-1073-2025-12-2-55-64

EDN: RTLBSH

Трансформация восприятия красоты в эпоху цифровизации

Е. В. Андриенко¹✉, И. М. Горбачева²

¹ Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург, Россия

² Национальный исследовательский университет «МИЭТ», Москва, Россия

✉ elena_andrienko8@mail.ru

Аннотация. Исследуется влияние цифровизации на эстетическое восприятие и трансформацию категории красоты в условиях виртуальной реальности. Анализируется эволюция философско-эстетического концепта красоты от античности до современности, а также интерпретация красоты и эстетического начала в цифровом контексте. Особое внимание уделяется роли технологий, таких как искусственный интеллект, социальные сети и виртуальные среды, в формировании новых эстетических стандартов и средств самовыражения. Авторы формулируют основные проблемы, связанные с цифровыми стандартами красоты, кризисом идентичности и культурными предвзятостями алгоритмов. Исследование подчеркивает, что цифровая эстетика не только изменяет традиционные представления о красоте, но и открывает новые горизонты для ее восприятия и интерпретации.

Ключевые слова: красота, прекрасное, цифровая эстетика, виртуальность, цифровизация, культура

Для цитирования: Андриенко Е. В., Горбачева И. М. «Трансформация восприятия красоты в эпоху цифровизации». *Экономические и социально-гуманитарные исследования* 12.2 (2025): 55–64. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2025-12-2-55-64> EDN: RTLBSH.

Original article

Transformation of the perception of beauty in the era of digitalization

E. V. Andriyenko¹ ✉, I. M. Gorbacheva²

¹ Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences, St. Petersburg, Russia

² National Research University of Electronic Technology, Moscow, Russia

✉ elena_andrienko8@mail.ru

Abstract. In this work, the impact of digitalization on aesthetic perception and the transformation of the beauty category in virtual reality are examined. The evolution of the philosophical and aesthetic concept of beauty from antiquity to modernity, as well as the interpretation of beauty and aesthetic principles in a digital context were analyzed. Special attention is paid to the role of technologies such as artificial intelligence, social networks and virtual environments in the formation of new aesthetic standards and means of self-expression. The authors have formulated the main problems related to digital beauty standards, identity crisis and cultural biases of algorithms. The study highlights that digital aesthetics not only changes traditional ideas about beauty but also opens up new horizons for its perception and interpretation.

Keywords: beauty, beautiful, digital aesthetics, virtuality, digitalization, culture

For citation: Andriyenko E. V., Gorbacheva I. M. “Transformation of the Perception of Beauty in the Era of Digitalization”. *Ekonomicheskie i sotsial’no-gumanitarnye issledovaniya = Economic and Social Research* 12.2 (2025): 55–64. (In Russian).

<https://doi.org/10.24151/2409-1073-2025-12-2-55-64>

Введение

Процесс цифровизации подвергает радикальной трансформации многие аспекты бытия человека и общества, включая образ жизни, здравоохранение, образование и коммуникацию. Не остается в стороне и эстетическая сфера, включающая, прежде всего, восприятие красоты и прекрасного, способности преобразования действительности по законам красоты, а также распространение и функционирование результатов эстетической деятельности. Современные технологии, такие как искусственный интеллект, социальные сети и цифровая обработка изображений, стали ключевыми инструментами, формирующими новую эстетику и подходы к самовыражению. Как отмечает М. Капель в работе «Галактика Интернет», мы

являемся свидетелями формирования новой культуры, нового образования, нового способа коммуникации, которые распространяются так быстро, что едва поддаются глубокому анализу (Castells, 2003: 9). И всё же авторы данной работы решились предпринять попытку такого анализа.

Несмотря на наличие большого количества исследований, посвященных цифровизации, эстетический аспект данного вопроса всё еще остается малоисследованным. Среди авторов, которые обращались к проблеме трансформаций эстетического восприятия человека в эпоху цифровизации, следует назвать Дж. Бардзелла (Bardzell, 2009), В. В. Бычкова (Бычков, 2003; Бычков, 2009) и Н. Б. Маньковскую (Бычков, Маньковская, 2014), Т. А. Геворкяна и Б. Л. Валкина

© Андриенко Е. В., Горбачева И. М.

(Геворкян, Валкин, 2020), М. Кастельса (Castells, 2003), К. К. Лоха и Р. Канаи (Loh, Kanai, 2016), О. И. Немыкину (Немыкина, 2011), Х. Чугхтая (Chughtai, 2018), О. В. Шлыкову (Шлыкова, 2000) и др. В целом очевидно, что эстетика — важная часть бытия социума и культуры, а красота как ее центральная категория заслуживает особого внимания исследователей, поскольку ее восприятие претерпевает глубокие изменения наряду с другими аспектами социокультурной онтологии.

Красота и прекрасное в зеркале объективизма и субъективизма

Красоту считают одной из ключевых категорий эстетики — философской дисциплины, исследующей природу неутилитарного чувственного восприятия, искусства и опыта творческой трансформации окружающей действительности. На протяжении веков понятие красоты претерпевало значительные трансформации, отражая философские, культурные и социальные изменения.

Красота в эстетике представляет собой субъективно-объективное явление. Она не только существует как объективная характеристика предмета, но и зависит от восприятия познающего субъекта (что ярко иллюстрирует О. Уайльд: его (или приписываемое ему) выражение «Красота в глазах смотрящего» стало крылатым). Субъективно-объективная природа красоты означает, что она возникает как сочетание *качеств объекта* (таких как симметрия, гармония, цвет, форма и т. д.) и восприятия данного объекта человеком (у которого есть вкус, культурные установки, индивидуальные предпочтения, неповторимые особенности восприятия, выражаемые понятием «квалиа», и др.).

Особое внимание следует уделить вопросу о соотношении категорий «красота» и «прекрасное». Эти два понятия часто отождествляют. Также существует позиция (Бычков, 2009: 56), согласно которой «прекрас-

ное» выступает более широким понятием, включающим в себя категорию красоты. Так, говоря о поступках, качествах и волевых проявлениях человека, мы можем сказать, что данный человек прекрасен, не учитывая при этом его физическую привлекательность.

В контексте современной философии можно выделить два подхода к пониманию красоты — объективизм и субъективизм. Позиция объективизма заключается в том, что красота рассматривается как свойство предмета (к таким предметам относятся «эйдосы» Платона и гармония чисел у пифагорейцев). В контексте субъективизма красота определяется как результат субъективного восприятия: например, в учении И. Канта красота — это «бескорыстное удовольствие» (Кант, 1994: 71).

В период античности была распространена идея красоты как мировой природной гармонии. Само слово «космос» (древние греки обозначали им весь мир, а человека — малое подобие мира — называли «микрокосм») означало «прекрасный», «украшенный». Категория красоты изначально была центральной для античной эстетики, наряду с понятием «калокагатия» («прекраснодоброе»). В целом можно говорить о триединстве понятий красоты, пользы и добра для античной эстетической мысли.

Пифагорейцы считали, что красота — проявление числовой гармонии и порядка в мире. Они связывали ее с математическими пропорциями (пример такого подхода — золотое сечение).

Платон, следуя взглядам своего учителя Сократа, связывал красоту с абсолютной истиной и добром. По его мнению, красота предметов — отражение высшей идеи красоты (Платон, 1993). Иными словами, красота для философа была чем-то сверхчувственным, не связанным с отдельными вещами, поэтому постичь ее можно было только бессмертной душой, а не ощущениями.

Начиная с античности, гармония и симметрия долгое время были основой классического подхода к красоте. Эти принципы применялись не только в изобразительном искусстве, но и в архитектуре, музыке и других формах творчества.

В средние века красота понималась как свойство божественной природы, которое как бы просвечивает через материальный мир, испорченный грехом (Эко, 2003: 147). В связи с таким пониманием красоты средневековое искусство было в значительной мере упрощенным. Художники намеренно искажали пропорции фигур, особенно в сфере религиозного искусства: так они стремились передать идею того, что материальное изображение — только отсылка к Первообразу (Богу и Божественному творению), отобразить который во всей полноте греховному человеку невозможно.

В эпоху Возрождения красоту начали рассматривать как эстетический идеал, направленный на раскрытие божественного в человеке и природе. Леонардо да Винчи и другие художники стремились передать идеальную красоту человеческого тела, основанную на пропорциях. Эстетика барокко, напротив, открыла красоту динамики, экспрессии и контраста. В эпоху Просвещения концепция красоты усложнилась. Так, И. Кант в труде «Критика способности суждения» (Кант, 1994) разграничил красоту свободную (независимую от функций, абстрактную) и красоту обусловленную (практическую, связанную с пользой).

В эпоху романтизма (XIX в.) красота всё больше начала ассоциироваться с внутренними переживаниями человека. Она стала не только внешним качеством объекта, но и выражением человеческой души, эмоций и фантазий.

Философы романтизма, такие как В. Шеллинг (см. исследование: (Бычков, Маньковская, 2014: 95)), полагали, что красота соединяет субъективное и объективное,

чувственное и духовное. Искусство они считали главным инструментом выражения красоты, а ее восприятие связывали с эмоциональным откликом.

Красота как характеристика виртуальной реальности

В XX и XXI вв. красота утратила строгие универсальные критерии. Особенно справедливо это утверждение для эпохи постмодерна с его принципом отсутствия каких-либо гран-нарративов. Современное общество переживает глубокую трансформацию эстетического сознания, а в результате формируется явление, которое В. В. Бычков назвал «неклассическим эстетическим сознанием» (Бычков, 2003: 61). Это явление неразделимо с понятием виртуальной (или цифровой) реальности.

Понятие виртуальной реальности следует проанализировать более детально. В своей работе Т. А. Геворкян и Б. Л. Валкин пишут: «Идея виртуальной реальности изначально сформировалась на основе культуры „киберпанка“, имевшей огромное значение в среде маргинальной контркультуры в 1970—1980-е в США. Книга американского журналиста Ф. Хеммита „Виртуальная реальность“ стала одной из первых теоретических работ, посвященной разработке идеи виртуальной реальности, (?) как киберпространства. Роман Уильяма Гибсона „Нейромант“ (1984) является эстетическим манифестом, посвященным культуре киберпанка. Эстетизация специфической компьютерной виртуальной среды прослеживается в различных культурных слоях» (Геворкян, Валкин, 2020: 365). Согласно определению В. В. Бычкова и Н. Б. Маньковской, понятие виртуальной реальности, вошедшее в науку и культуру с 1980-х гг., обозначает «специфическую пространственно-временную среду (континуум), создаваемую с помощью компьютерной графики и полностью реализуемую в психике субъекта, определенным

образом связанного с компьютером, погруженного в эту среду и активно действующего в ней» (Бычков, Маньковская, 2014: 8). Мы в целом согласны с данным определением и хотим только добавить небольшое уточнение: хотя «виртуальный» и «цифровой» — не тождественные понятия (виртуальность характеризует природу объекта, а дигитальность — форму выражения), в контексте исследования эстетики мы будем использовать их как синонимичные.

Исследовательница О. И. Немыкина справедливо выделяет следующие основные характеристики виртуальности: неопределенность существования во времени; иллюзорность; *n*-мерность; конструированность; искусственность по отношению к естественному (довиртуальному) (Немыкина, 2011: 60). В виртуальном контексте трансформируется восприятие человеком практически всех аспектов реальности, один из которых — аспект красоты и, шире, эстетики.

Современные направления в эстетике подчеркивают ее многогранность, которая может включать следующие аспекты:

- *Эстетика повседневности*. Красота может быть найдена в простых, обычных вещах — например, в минимализме или функциональном дизайне.
- *Эстетика уродливого*. Границы красоты расширяются, и уродливое, дисгармоничное или шокирующее может восприниматься как форма красоты (например, в таких направлениях, как экспрессионизм или сюрреализм).
- *Красота как социальный конструкт*. Постмодернистская философия подчеркивает культурную обусловленность представлений о красоте. Она зависит от исторического контекста, медиа и идеологических установок общества (Bardzell, 2009: 2358).

Современная эстетика всё чаще ставит под сомнение существование универсальной красоты. Разнообразие культур, личный опыт и влияние технологий показывают, что

представления о красоте разнообразны и изменчивы.

Тем не менее в контексте современной вариативности понимания красоты можно выделить два базовых аспекта, сохраняющих свою инвариантность в условиях растущего разнообразия эстетических практик цифрового общества:

- 1) *красота как форма удовольствия* — в этом смысле она остается одним из базовых элементов человеческого опыта;
- 2) *красота как гносеологическая категория*, как способ познания мира — опыт переживания красоты (и, в более широком смысле, эстетический опыт) позволяет человеку глубже понять окружающую реальность и самого себя.

Категория красоты в эстетике охватывает множество аспектов: от гармонии и идеала до субъективного переживания и социального контекста. Красота остается важным элементом философского осмысления, искусства и человеческого существования, одновременно отражая универсальные принципы и индивидуальное восприятие. Эволюция данной категории демонстрирует ее семантическую сложность и значимость для социокультурного бытия.

Виртуальное пространство становится всё более важной частью жизни современного человека. В цифровом измерении красота приобретает новые формы и смыслы, свободные от ограничений физической реальности. Это не просто адаптация традиционных эстетических концепций к цифровой среде, но и создание совершенно новых критериев красоты, которые формируются под влиянием технологий, культуры и индивидуального самовыражения.

Красота в виртуальном измерении определяется эстетическими принципами, которые часто отличаются от физической реальности. Она создается с учетом следующих факторов:

- **Фактор цифровой идеализации.** В виртуальном мире возможно достижение «совершенной» красоты, свободной от ограничений природы. Например, в компьютерной графике или виртуальных аватарах черты лица, фигуры и текстуры достигают идеальной симметрии и гармонии.
- **Фактор широких возможностей для реализации воображения.** Виртуальное измерение позволяет выйти за рамки привычных стандартов — и создать сюрреалистическую, даже невозможную красоту, как, например, в видеоиграх или искусстве метавселенных. Примером может служить растущая популярность виртуальных моделей и инфлюенсеров, таких как Лил Микела (Lil Miquela), которые сочетают элементы реальной и виртуальной эстетики, привлекая внимание своей уникальной внешностью.
- **Фактор цифровых инструментов для самовыражения.** Виртуальные аватары стали неотъемлемой частью цифрового мира — от социальных сетей до игр и метавселенных. Красота аватара зачастую отражает: 1) идеализированный образ (возможность создать внешний вид, который человек считает «идеальным»); 2) экспериментальность (виртуальный мир позволяет примерить фантазийные образы, которые невозможно реализовать в реальной жизни, — допустим, причудливые прически, цвет кожи и даже фантастические пропорции тела; впрочем, их пытаются обрести с помощью пластической хирургии и современной косметологии некоторые инфлюенсеры — например, Валерия Лукьянова); 3) цифровую идентичность (многие люди создают аватары, которые выражают их внутренний мир и личные ценности, а не просто копируют физическую внешность).

Таким образом, красота в виртуальном измерении становится пространством для

самовыражения, где исчезают границы реального и воображаемого.

Развитие цифровых технологий в сфере социальной коммуникации также усиливает роль виртуальной красоты. Приложения, такие как Snapchat или Instagram¹, используют фильтры для мгновенной трансформации внешности. Такая же функция существует на стриминговых платформах, объединяющих сотни миллионов человек по всему миру (например, LiveMe и Tango). Красота в цифровом пространстве становится не только более доступной для простых зрителей, но и подвижной, меняющейся в режиме реального времени.

Отдельного внимания заслуживают виртуальные туры — феномен, который позволяет обеспечивать посетителям бесплатный массовый доступ к культурному наследию и мировым художественным достижениям. Рейтинг посещаемости сайтов и страниц виртуальных музеев весьма высок. Это говорит о том, что данные сайты служат каналом для распространения культурных ценностей.

Особенностью современного этапа развития цифровой эстетики можно назвать то, что цифровые технологии не просто копируют некие эстетические образцы, изначально существующие в культуре в нецифровом формате, а моделируют *новое* понимание красоты. Генеративные модели (например, Midjourney, DALL-E и другие воплощения искусственного интеллекта) создают визуальные образы, задающие новые стандарты эстетики. Они часто комбинируют черты, характерные для разных культур или эпох, что способствует созданию новой «глобальной» красоты.

Современные 3D-программы позволяют создавать фотореалистичные и одновременно фантастические образы. Метавселенные, такие как Decentraland или Horizon

¹ Социальная сеть, принадлежащая компании Meta (которая признана в РФ экстремистской).

Worlds², становятся пространствами, где красота больше не подчиняется законам физического мира. Это проявляется в том, что в них люди могут полностью менять свои образы в зависимости от настроения или цели. Красота как инструмент коммуникации в цифровом мире приобретает совершенно новое значение: яркий, необычный образ аватара может привлечь внимание или выразить творческий потенциал субъекта. При этом именно творческий потенциал, умение создавать новый, уникальный и ранее не представленный в культурном пространстве продукт становится практически требованием успеха в профессиональной деятельности субъекта, живущего в цифровую эпоху, когда всё больше типичных профессиональных функций человека реализует искусственный интеллект.

Помимо персонифицированных виртуальных образов, таких как аватары, пользователи новейших цифровых технологий сегодня создают виртуальные пространства, которые отражают их эстетические воззрения и идеалы (например, футуристические города, природные ландшафты, абстрактные пространства и т. п.).

Рискогенный потенциал цифровизации красоты

Несмотря на новые масштабные возможности для выражения эстетических способностей, красота в виртуальном измерении сопряжена с рядом проблем и вызовов, к которым относятся:

– *Нереалистичные стандарты.* Гладкая кожа, идеальные пропорции, яркие цвета — всё это стало нормой благодаря программам для обработки изображений, таким как Photoshop, Facetune и фильтры в социальных сетях. Это привело к формированию «цифрового стандарта» красоты, который зачастую далек от реальности. Эстетика виртуального пространства

формирует у части пользователей нереалистичные и завышенные ожидания относительно их собственной внешности. Это особенно заметно в социальных сетях, где использование фильтров и ретуши стало практически неотъемлемым элементом коммуникации.

- *Кризис идентичности и самопринятия.* Нередко пользователи цифровых технологий настолько привыкают к своим идеализированным аватарам, что отождествляют с ними свою личность и свою телесность, в результате чего испытывают разрыв между виртуальной и реальной формами идентичности, что чревато различными психологическими проблемами.
- *Культурная дискриминация как элемент работы цифровых алгоритмов.* Искусственный интеллект часто воспроизводит некие предвзятости, закрепленные в обществе, исключая нестандартную красоту. Виртуальная красота часто отражает западные стандарты, что может приводить к игнорированию эстетических ценностей других культур (Chughtai, 2018).

Несмотря на существующие вызовы и сложности, а во многом благодаря им, красота в виртуальном измерении продолжает развиваться и становится неотъемлемой частью современного культурного пространства. Анализируя существующие тенденции в сфере цифровой эстетики, можно прогнозировать, что уже в ближайшем будущем цифровые метавселенные станут более персонализированными, так как в них для каждого пользователя будут предложены уникальные эстетические решения. Искусственный интеллект будет «помогать людям создавать виртуальные образы, которые лучше всего выражают их внутренний мир» (Loh, Kanai, 2016: 512).

Виртуальная и дополненная реальность открывают новые горизонты для

² Игра, выпущенная компанией Meta (которая признана в РФ экстремистской).

самовыражения. Уже сейчас люди могут посредством специально разработанных программ не только «примерить» макияж, одежду или аксессуары, не выходя из дома, но и проанализировать изменения внешности, которые могут возникнуть под влиянием различных факторов (возраст, эстетическая хирургия, косметология, парикмахерское искусство и т. д.). Искусственный интеллект активно используется в индустрии моды: виртуальные модели и коллекции, созданные с помощью искусственного интеллекта, перераспределяют затраты (от людей, занятых в индустрии моды, к людям, работающим с нейросетями) и помогают брендам адаптироваться к цифровой эпохе. Появление цифровых метавселенных создает платформу, где красота становится полностью цифровой. Виртуальные образы позволяют людям экспериментировать, выходя за рамки физических ограничений. Этика и инклюзивность станут важными аспектами в формировании виртуальной красоты, чтобы избежать дискриминации и унификации стандартов.

Выводы

Таким образом, категория красоты в эстетике охватывает множество аспектов: от гармонии и идеала до субъективного переживания и социального контекста. Красота остается важным элементом философского осмысления, искусства и человеческого существования, одновременно отражая универсальные принципы и индивидуальное восприятие. Эволюция этого понятия демонстрирует его сложность и значимость для всех сфер жизни.

Цифровизация — сложный и многогранный процесс, а потому трансформация восприятия красоты в эпоху цифровизации также сложна и многогранна. С одной стороны, технологии создают новые возможности для самовыражения и расширяют границы

эстетики. С другой стороны, они порождают нереалистичные ожидания, усиливают давление на людей и вызывают вопросы о подлинности красоты. Однако именно в этой трансформации кроется потенциал для создания более инклюзивного и свободного понимания эстетики, где красота не только отображает совершенство, но и существует в разнообразных формах (и это разнообразие ценно), помогает выражать индивидуальность.

К перспективным направлениям исследования в представленной сфере относится выявление новых форм выражения и подходов к красоте в цифровом пространстве, а также пересечение в этом контексте эстетической, социальной и этической проблематики. Так, на сегодняшний день одной из позитивных тенденций можно назвать рост движения за естественность и принятие себя. Хэштеги #nofilter и #bodypositivity помогают людям чувствовать себя комфортнее в своей физической телесности, а цифровые технологии используют для подчеркивания индивидуальности, а не для ее изменения или нивелирования в угоду стандартам. В конечном счете, красота в эпоху цифровизации становится всё более многогранной. Она сочетает физическое и виртуальное, индивидуальное и коллективное, реальное и воображаемое, позволяя людям выражать себя так, как они не смогли бы никогда раньше. Красота в виртуальном измерении выходит за пределы традиционных рамок, становясь гибкой, многогранной и интерактивной. Она не только открывает перед человечеством новые формы эстетического самовыражения, но и ставит важные вопросы о взаимодействии реального и цифрового, идентичности и идеалов. Виртуальная красота — отражение человеческого стремления к свободе творчества и познанию новых мировоззренческих горизонтов.

Список литературы и источников / References

- Бычков В. В. «Феномен неклассического эстетического сознания». *Вопросы философии* 10 (2003): 61—71. EDN: OOBVX.
Bychkov V. V. “Phenomenon of Non-Classical Aesthetic Consciousness”. *Voprosy filosofii* 10 (2003): 61—71. (In Russian).
- Бычков В. В. *Эстетика*. М.: Академический проект, 2009. 452 с. EDN: QWTQLP.
Bychkov V. V. *Aesthetics*. Moscow: Akademicheskii proyekt, 2009. 452 p. (In Russian).
- Бычков В. В., Маньковская Н. Б. «Художественно-эстетическая виртуалистика». *Academia. Архитектура и строительство* 2 (2014): 8—15. EDN: SNDSCF.
Bychkov V. V., Mankovskaya N. B. “Artistic-Aesthetic Virtualistics”. *Academia. Arkhitektura i stroitel'stvo* = *Academia. Architecture and Construction* 2 (2014): 8—15. (In Russian).
- Геворкян Т. А., Валкин Б. Л. «Эстетика виртуальной цифровой архитектуры». *Архитектура и современные информационные технологии (AMIT)* 2 (51) (2020): 362—372. <https://doi.org/10.24411/1998-4839-2020-15120>. EDN: ELTDDZ.
Gevorkyan T., Valkin B. “Aesthetics of Virtual Digital Architecture”. *Arkhitektura i sovremennyye informatsionnyye tekhnologii* = *Architecture and Modern Information Technologies (AMIT)* 2 (51) (2020): 362—372. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/1998-4839-2020-15120>
- Кант И. *Критика способности суждения*. М.: Искусство, 1994. 512 с.
Kant I. *Critique of Judgment*. Including the First Introduction. Transl., with an introd. by W. S. Pluhar; with a forew. by M. A. Gregor. Indianapolis: Hackett Publ. Co., 1987. cix, 576 p.
- Немыкина О. И. «Понятие виртуальности в философском контексте». *Изв. вузов. Поволжский регион. Гуманитарные науки* 1 (17) (2011): 53—62. EDN: NTYMN.
Nemykina O. I. “The Notion of Virtual Reality in Philosophical Context”. *Izv. vuzov. Povolzhskiy region. Gumanitarnyye nauki* = *University Proceedings. Volga Region. Humanities* 1 (17) (2011): 53—62. (In Russian).
- Платон. *Пир*. М.: Мысль, 1993. 81—134. Т. 2 из *Собр. соч.* Платон. 4 т. 1990—1994.
Plato. *The Symposium*. Ed., transl., introd. by Ch. Gill. London: Penguin Classics, 2003. 144 p.
- Шлыкова О. В. *Интернет-ресурсы и услуги в социокультурной сфере*: учеб. пособие. М.: МГУКИ, 2000. 103 с.
Shlykova O. V. *Internet Resources and Services in the Sociocultural Sphere*: study guide. Moscow: Moscow State Institute of Culture Publ., 2000. 103 p. (In Russian).
- Эко У. *Искусство и красота в средневековой эстетике*. СПб.: Алетейя, 2003. 256 с. Б-ка средних веков.
Eco U. *Art and Beauty in the Middle Ages*. Transl. H. Bredin. 2nd ed. New Haven: Yale Up, 2002. 144 p.
- Bardzell J. “Interaction Criticism and Aesthetics”. *Proceedings of the 27th International Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '09), Boston, MA, USA, April 4—9, 2009*. New York, NY: ACM, 2009. 2357—2366. <https://doi.org/10.1145/1518701.1519063>
- Castells M. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford Up, 2003. 306 p.
- Chughtai H. “How Aesthetic Engagement with IT is Shaping Digital Society: An Ethnographic Example”. *The 22nd Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2018), Yokohama, Japan, June 26—27, 2018: Opportunities and Challenges for the Digitized Society: Are We Ready? Are We Ready?* Eds. M. Tanabu, D. Senoo. Atlanta, GA: AIS, 2018. N. pag. *AIS eLibrary*. Web. 03 June 2025. <<https://aisel.aisnet.org/pacis2018/302>>.
- Loh K. K., Kanai R. “How Has the Internet Reshaped Human Cognition?”. *Neuroscientist* 22.5 (2016): 506—520. <https://doi.org/10.1177/1073858415595005>. PMID: 26170005.

Информация об авторах

Андриенко Елена Владимировна — доктор философских наук, профессор кафедры философии и культурологии Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов (Россия, 192236, Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15), elena_andrienko8@mail.ru, ORCID: 0000-0002-2342-2404.

Горбачева Ирина Михайловна — кандидат исторических наук, доцент, доцент Института высокотехнологичного права и социально-гуманитарных наук Национального исследовательского университета «МИЭТ» (Россия, 124498, Москва, Зеленоград, пл. Шокина, 1), irina_gorbacheva@bk.ru, ORCID: 0000-0001-5051-8674.

Авторский вклад

Андриенко Е. В. — изучение концепции, сбор данных и доказательств.

Горбачева И. М. — развитие методологии.

Information about the authors

Elena V. Andriyenko — Dr. Sci. (Philos.), Professor at the Chair of Philosophy and Cultural Studies, Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences (Russia, 192236, St. Petersburg, Fuchik st., bld. 15), elena_andrienko8@mail.ru, ORCID: 0000-0002-2342-2404.

Irina M. Gorbacheva — Cand. Sci. (Hist.), Assoc. Prof., Associate Professor at the Institute of High-Tech Law, Social Sciences and Humanities, National Research University of Electronic Technology (Russia, 124498bld. 1, Shokin Square, Moscow, Zelenograd), irina_gorbacheva@bk.ru, ORCID: 0000-0001-5051-8674.

Author Contributions

E. V. Andriyenko — concept exploration, data and evidence collection.

I. M. Gorbacheva — development of methodology.

Статья поступила в редакцию 05.03.2025, одобрена после рецензирования 27.05.2025.

The article was submitted 05.03.2025, approved after reviewing 27.05.2025.