

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТУР КРЕАТИВНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕНЯЮЩЕГОСЯ МИРА

А. В. Кирьякова, В. В. Мороз

Аннотация

Введение. Трансформационные процессы, происходящие в современном мире с постоянно растающей скоростью, приводят к тектоническим изменениям всех сфер деятельности человека. В условиях быстро меняющегося мира непрерывно развивающиеся современные технологии все глубже проникают во все сферы общества, затрагивая не только производственные процессы, но и формируя новую цифровую среду, а также способствуя смене социальной парадигмы и культурного кода. Аксиологические ракурсы меняющегося мира раскрывают всю палитру системы отношений человека к происходящим изменениям, инновациям, образованию. Наряду с другими аспектами, креативность привела к колоссальному прогрессу в науке и технологиях, которые, в свою очередь, становятся причиной быстрых социальных изменений и трансформации культурных ценностей, в том числе и самой креативности. Цель исследования заключается в изучении изменения креативности как ценности в современном цифровом мире.

Материалы и методы. Исследование построено на изучении отечественной и зарубежной научной литературы по проблемам аксиологии и креативности с применением методов анализа, сопоставления, систематизации и обобщения.

Результаты исследования. Анализ научных исследований, как отечественных, так и зарубежных, показал, что современные реалии определяют новый ракурс аксиологии, цифровой, в которой традиционные ценности наделяются новым смыслом и формируются новые ценностные ориентации как продукт самой цифровизации. Цифровая эпоха, несомненно, преобразила ландшафт креативности, предоставив новые средства, инструменты и платформы, но в то же время создала проблемы, которые, если их не решать, могут подорвать саму суть творческого самовыражения. Креативность не сводится только к генерированию новых идей, она способствует самовыражению и самореализации личности, что является фундаментальным аспектом человеческой идентичности, культуры и общества.

Заключение. Реализация аксиологического подхода к использованию технологий в творчестве позволит найти баланс, при котором креативность будет усиливаться в постоянно меняющейся палитре человеческого самовыражения за счет рационального применения цифровых технологий. Искусственный интеллект, как продукт креативности, является лишь мощным инструментом, позволяющим реализовать креативные идеи, а не заменой креативности человека.

Ключевые слова: аксиология, креативность, цифровой мир, ценности, ценностные ориентации, аксиологический контур

THE AXIOLOGICAL OUTLINE OF CREATIVITY IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE CHANGING WORLD

A. V. Kiriakova, V. V. Moroz

Abstract

Introduction. The transformation processes taking place in the modern world at an ever-increasing speed are leading to tectonic changes in all spheres of human activity. In this rapidly changing world, continuously evolving modern technologies are increasingly penetrating all spheres of society, not only affecting production processes but also shaping a new digital environment and driving shifts in social

paradigms and cultural codes. Axiological perspectives on the changing world reveal the full spectrum of a new system of human relationships to ongoing change, innovation, and education. Alongside other factors, creativity has led to tremendous progress in science and technology, which in turn propel rapid social change and the transformation of cultural values, including creativity itself. This study aims to examine the evolution of creativity as a value in the modern digital world.

Materials and Methods. The study is based on a review of Russian and international scientific literature on axiology and creativity, using methods of analysis, comparison, systematization, and generalization.

Results. Our analysis of both Russian and international research revealed that contemporary realities are defining a new perspective on axiology — a digital one — in which traditional values are imbued with new meaning, and new value orientations are emerging as a product of digitalization itself. The digital age has undeniably transformed the landscape of creativity, providing new tools and platforms, but has also created challenges that, if left unaddressed, could undermine the very essence of creative expression. Creativity is not limited to generating new ideas; it fosters self-expression and self-realization, which are fundamental aspects of human identity, culture, and society.

Conclusions. Implementing an axiological approach to the use of technology in creativity can help to find a balance in which creativity is enhanced within the ever-changing palette of human expression through the rational use of digital technologies. Artificial intelligence, as a product of creativity, is merely a powerful tool that enables the realization of creative ideas, and not a substitute for human creativity.

Keywords: axiology, creativity, digital world, values, value orientations, axiological outline

Трансформация современного мира, темпы которой возрастают экспоненциально, приводит к неизбежным цивилизационным изменениям общества, образования и человека. Концепции трансформации от SPOD-мира до SHIVA и TACI мира позволяют увидеть, как происходят изменения от устойчивого и предсказуемого, определенного и простого мира, который существовал до 1980-х годов, до расщепленного, турбулентного, хаотичного и враждебного мира настоящего времени. Необходимо отметить, что скорость смены характеристик мира возрастает год от года, и изменения в жизни общества очевидны и затрагивают не только производственные и технологические процессы, приводят к стратегическим прорывам и формируют новую цифровую среду, а также способствуют смене социальной парадигмы и культурного кода.

Современные реалии определяют новый ракурс цифровой аксиологии, в которой традиционные ценности наделяются новым смыслом и формируются новые ценностные ориентации как продукт самой цифровизации.

В настоящее время назрела необходимость развития цифровой культуры, как ча-

сти общечеловеческой культуры и обязательного условия комфортного существования личности в обществе. Для достижения этой цели необходима быстрая адаптация к стремительно меняющимся условиям и постоянному усовершенствованию технологий, гибкость, непрерывное образование на протяжении всей жизни.

Поскольку в выполнении рутинных задач и обработки массива данных все больше задействованы технические устройства и искусственный интеллект (ИИ), человек испытывает возрастающую потребность в креативном и критическом мышлении, способности нестандартно решать сложные проблемы, умении работать в коллективе и выстраивать эффективную коммуникацию. В определенном смысле культура, которую можно описать как вторую природу человека, достигла нового уровня и нового слоя в форме интерактивного виртуального пространства. В цифровом обществе человек не только создает новый объективный мир, как это происходит во «второй» природе (культуре), но и создает объекты иной природы (например, сетевые, коммуникативные и мультимедийные). По этой причине

некоторые ученые склонны рассматривать культуру цифрового общества как «третью» природу (Kelly 1998).

В эпоху цифровых технологий, которые оказывают значительное влияние на образ жизни, работы и мышления человека, вопрос о том, сможет ли ИИ соперничать с креативностью человека, стоит как никогда остро. С одной стороны, ИИ обладает способностью обрабатывать огромные массивы данных и генерировать высокотехнологичные результаты. С другой стороны, креативность является качеством, присущим человеку, и выражается в способности создавать новые идеи на основе предыдущего опыта, интуиции, озарения, имеющихся знаний.

Несомненно, ИИ обладает высоким потенциалом для применения в различных областях, таких как медицина, финансы и производство, обеспечение безопасности, однако существуют определенные ограничения. ИИ может работать только с предшествующими данными или моделями, поэтому он не может сгенерировать абсолютно новую идею или свою собственную концепцию. Это означает, что ИИ великолепно справляется с задачами, связанными с повторяющимися и предсказуемыми образцами, такими как анализ данных или распознавание образов, однако он сталкивается с трудностями в креативных и непредсказуемых ситуациях, не может справляться с неопределенностью и неоднозначностью в отличие от людей. Поскольку ИИ необходимы специфические параметры для работы, он не может осуществлять интуитивные шаги или мыслить нестандартно без тщательного программирования. Поскольку способности ИИ зависят от тех данных, которые загружены, необходимо иметь в виду, что если данные необъективны или их недостаточно, то и ИИ будет необъективным или ограниченным в своей креативности. Кроме того, ИИ не обладает способностью переживать эмоции или устанавливать межличностные контакты, которые зачастую становятся драйверами креативности. Следует также отметить, что для ИИ трудно справиться с некоторыми

видами творчества, такими как юмор или сарказм, которые сильно зависят от контекста и культуры.

Креативность позволяет человеку адаптироваться и развиваться, постоянно раздвигая границы возможного. В отличие от ИИ, который работает с предварительно установленными правилами, креативность человека безгранична, она не скована алгоритмами или ограничениями, установленными программным обеспечением. Это позволяет человеку исследовать все возможности, даже те, которые раньше не принимались во внимание.

Кроме того, креативность не сводится только к генерированию новых идей, она позволяет человеку самовыражаться, что является фундаментальным аспектом человеческой идентичности, культуры и общества (Кирьякова, Мороз 2019). Она лежит в основе искусства, музыки, литературы и других форм самовыражения. В потоке лавинообразных изменений мы движемся к будущему, которое все большей зависит от ИИ и автоматизации, и креативность будет становиться все более ценной.

Согласно результатам Всемирного экономического форума, решение проблем и креативность — это важнейшие и уникальные человеческие способности. Это обуславливает потребность в развитии мягких навыков (креативность относится именно к этой группе навыков) в школьном и университетском образовании. В современном мире, где темпы цифровизации стремительно повышаются, развитие креативности молодого поколения обеспечит конкурентные преимущества на постоянно меняющемся рынке труда.

По мере развития ИИ все чаще можно услышать мнение о том, что вычислительные системы проявляют креативность. Ряд исследователей провели сопоставительный анализ, изучив проявление креативности роботами. Первый андроид — ИИ, который пишет истории, второй — катализаторный компьютер, предназначенный для проведения химических экспериментов. Авторы утверждают, что ни один из компьютеров

не смог проявить креативность, поскольку первый робот просто реконструировал историю, написанную людьми, а второй выполнял высоко алгоритмичный процесс, хотя гораздо быстрее и эффективнее человека.

После выхода ChatGPT в ноябре 2022 года технологии ИИ вывели исследования креативности на новый уровень, появились новые вопросы: от изучения креативности идей, созданных генеративным ИИ, и сравнения их с идеями, созданными людьми (Crompton 2023; Koivisto, Grassini 2023), до изучения восприятия аудиторией произведений искусства, созданных ИИ и человеком (Chamberlain et al. 2018; Hong, Curran 2019; Ragot et al. 2020), а также этических и гуманистических последствий ИИ для креативности (Lee 2022). Марк Ранко (Runco 2023) предложил ввести в научный оборот термин «искусственная креативность» по аналогии с искусственным интеллектом для описания продуктов, созданных машинами.

На современном этапе взаимосвязь креативности и ИИ очень важна, поскольку в цифровую эпоху происходят глубочайшие изменения, которые влекут за собой не только беспрецедентные возможности, но и серьезные вызовы. С одной стороны, цифровизация открыла новые возможности для самореализации широкому кругу людей, которые могут получать доступ к неограниченным ресурсам и источникам в сети, открывать новые горизонты своей креативности, делиться креативными продуктами и получать мгновенную обратную связь от людей по всему миру. С другой стороны, происходит коммерциализация творчества и необходимость создавать востребованный контент, что может привести к подавлению истинной креативности и самовыражения.

Негативное влияние технологий на креативность выражается в информационной перегрузке, поскольку интернет представляет собой бесконечный источник данных, который буквально поглощает человека и вынуждает к поверхностному взаимодействию с контентом. Постоянный поток информации препятствует глубокому мыслительному про-

цессу, который лежит в основе творчества. Кроме того, технологии, предоставляя большой объем информации, вовлекают человека в алгоритмические пузыри, в которых контент подбирается на основе предпочтений пользователя. Тем самым ограничивается доступ к различным точкам зрения, идеям, которые так необходимы для эффективного креативного процесса.

Еще одно негативное влияние технологий на креативность выражается в культуре мгновенного удовлетворения, которая приводит к страху неудачи, что препятствует креативному процессу. Благодаря широкому распространению социальных сетей, в которых акцент делают на мгновенном подтверждении достижений, посредством лайков, репостов и комментариев, появляется страх публичной неудачи или критики, что заметно снижает готовность человека творчески рисковать, экспериментировать и, в свою очередь, снижает вероятность прорывов и инноваций.

Технологии, безусловно, обеспечивают возможности для быстрого создания контента благодаря различным шаблонам, автоматизированным инструментам, которые обеспечивают удобство и скорость. Вместе с тем личностная сущность самовыражения и истинная креативность могут ослабевать.

Все вышеперечисленное подчеркивает необходимость бороться с последствиями информационной перегрузки, а именно важно выработать привычку осознанной цифровой детоксикации, когда человек намеренно отключается от технологий, чтобы выделить пространство для глубоких размышлений и рефлексии, обеспечить баланс между офлайн-креативностью и экранным временем и в итоге создать разумные отношения с технологиями.

Цифровая эпоха, несомненно, преобразила ландшафт креативности, предоставив новые средства, инструменты и платформы, но в то же время создала проблемы, которые, если их не решать, могут подорвать саму суть творческого самовыражения. Понимание парадокса прогресса, где технологии

действуют одновременно как катализатор и потенциальный ингибитор творчества, крайне важно для тех, кто стремится ориентироваться в цифровом мире, сохраняя при этом свои творческие способности. Развивая осознанный подход к потреблению технологий, активно диверсифицируя цифровое воздействие, принимая итеративную природу творчества и гуманизируя цифровой опыт, можно надеяться найти баланс, который позволит технологиям и творчеству гармонично сосуществовать в постоянно меняющейся палитре человеческого самовыражения.

Необходимо отметить, что цифровизация создает новые возможности для креативности, но также ставит перед творческими людьми определенные вызовы. Умение балансировать между использованием технологий и сохранением оригинальности остается важным аспектом в современном мире.

Становление цифрового общества приводит к глубокой трансформации мировоззрения, которая приводит к образованию новой системы ценностных ориентаций, а именно к возникновению цифровой аксиологии. Цифровая аксиология открывает все новые проблемные поля, связанные с глубоким проникновением технологий и цифровой среды в жизнь современного человека. В первую очередь, поднимается проблема ценности естественного интеллекта, поскольку постоянно обновляющиеся цифровые технологии вышли на такой уровень, что стали осуществлять большинство функций, традиционно выполнявшихся человеком. С одной стороны, технические устройства взяли на себя исполнение большинства рутинных задач или задач, связанных с обработкой больших данных, где у машин несомненное преимущество перед естественным интеллектом в скорости, масштабах и точности выполнения. Кроме того, возможность быстрого доступа к любой информации, удовлетворения своей познавательной потребности в считанные минуты, возможность сохранения и быстрого извлечения полученной информации приводит к обесцениванию человеческого разума.

Второй проблемой цифровой аксиологии является формирование виртуального мира в связи с быстрым распространением интернета и цифровых технологий. Два мира — виртуальный и реальный — стали взаимозависимыми, когда человек совершает действия с использованием ресурсов виртуального мира в реальном времени. Появление «гибридного» мира как совокупности реального и виртуального миров привело к появлению новых ценностей для человека: быстрое и беспрепятственное получение необходимой информации, оперирование информационными потоками и ресурсами, осуществление коммуникации онлайн, дистанционное получение образования, развитие бизнеса и т. п.

Виртуальная среда, безусловно, благо, дарованное человеку цивилизацией, расширяющее горизонты возможностей каждого человека: доступ к неограниченному массиву данных, обеспечение взаимодействия и коммуникации между людьми, несмотря на расстояния, границы или ограничения, развитие креативных способностей и многое другое. Но наряду с этими, безусловно, положительными эффектами существует достаточно большой спектр отрицательных. Одна из значимых проблем — замещение реального общения виртуальным, обособление, разрушение социальных отношений в реальном мире, опасность манипулирования и вовлечения в различные деструктивные сообщества. Кроме того, отсутствие общения в реальном мире приводит к снижению уровня письменной и устной речи, к неумению четко формулировать мысли, к обесцениванию чтения, к эмоциональному обеднению (Тимофеев 2019).

Современные реалии, трансформации, глубоко затрагивающие общество, способствуют появлению новых явлений, например таких, как сетевая личность. Понятие ввел в научный оборот А. А. Ахayan, который определяет сетевую личность как личность, способную и осознающую как ценность свои возможности и право на удовлетворение гносеологической (познавательной)

и коммуникативной потребности в момент ее возникновения. По мнению Ахаяна, сетевая компетентность личности основана на системе ценностей, что предполагает обращение самого пристального внимания на воспитание молодого поколения, формирование его гражданской позиции, обучение навыкам безопасного поведения в условиях активного и бесконтрольного пребывания в сетевой среде (Ахаян, Пискунова 2018).

Молниеносное развитие инструментов ИИ, в частности ChatGPT, меняет систему высшего образования и поднимает проблему рисков, связанных с использованием нейронных сетей в образовательных целях. Ответить на вопрос, является ли ChatGPT ценным ресурсом или угрозой для образования, пытаются исследователи не только в России (Воронина 2024), но и за рубежом (Stroud, Du 2025).

Результаты опросов, наблюдений позволяют говорить о том, что преподаватели вузов практически не пользуются нейронными сетями в профессиональной деятельности, в то время как студенты выступают активными пользователями услугами ИИ (Воронина 2024). Как показывают исследования, в условиях трансформации высшего образования преподаватели вузов сталкиваются с необходимостью изменять свою профессиональную деятельность. Зачастую они демонстрируют достаточно низкий уровень готовности к переменам, в связи с недостаточной сформированностью «мягких навыков» (критическое мышление, креативность и умение работать в команде), а также навыков работы в цифровой среде (Батракова и др. 2021).

Что касается адаптации студентов к новым реалиям, то результаты опроса (Stroud, Du 2025) выявили три основных преимущества использования ChatGPT для академической работы: эффективность учебы и экономия времени, приобретение новых знаний и генерирование идей. С точки зрения студентов, ChatGPT — очень полезный инструмент, который помогает сделать начало и завершение учебной работы более плавными

и быстрыми, чем до использования ИИ, экономит время и позволяет сделать учебу более эффективной, например ChatGPT позволяет найти нужные материалы в кратчайшие сроки.

Вместе с тем существуют проблемы, вызывающие беспокойство у студентов при использовании ChatGPT в учебной работе. Первая проблема — чрезмерная зависимость от ИИ, влияющая на мышление. Студенты выразили опасения, что могут стать слишком зависимыми от технологии, что может негативно повлиять на развитие их собственного критического мышления.

Вторая проблема, выделенная студентами, — недоверие к надежности и точности ИИ. Студенты выразили сомнения относительно того, насколько они могут полагаться на информацию, получаемую от ChatGPT во время работы. Например, студенты обнаружили, что результаты, сгенерированные ChatGPT, были не очень точными, ссылки неверны, и приходилось перепроверять информацию.

Третья проблема, этического характера, касалась чувства обмана и вины. Студенты считали, что выполнять задания с помощью ChatGPT слишком легко, и боялись наказания или академической нечестности за использование ChatGPT.

Четвертая проблема заключалась в незнании эффективного использования данного инструмента. Студенты, которые не знали, как эффективно использовать его для улучшения своей академической работы, не чувствовали себя уверенно и не решались использовать его.

Безусловно, новые технологии открывают возможности, но их преимущества несомненны при условии, что ИИ используется как инструмент, и только как инструмент быстрого поиска информации и сбора данных, а не замена человеческому интеллекту, критическому и креативному мышлению.

Динамично меняющийся мир, повсеместное прочное и глубокое распространение и влияние технологий на все аспекты жизни общества и каждого отдельно взятого чело-

века очевидно. Повседневный опыт человека благодаря цифровым технологиям существенно отличается от привычной реальности, в которой люди жили на протяжении многих столетий.

Повсеместное использование информационных технологий создает и организует киберпространство, ставшее неотъемлемой частью реальной жизни, которое обеспечило возможность безграничного общения и доступа к бесчисленным источникам информации. Появление интернета и современных технологий приводит к цифровой трансформации общества, при которой меняется пользовательский опыт человека от односторонних отношений — поиска и получения информации — к двусторонним, когда, помимо доступа к различным типам контента, человек сам создает контент и преобразовывает свой опыт из пассивного в активный (Fleischer 2011).

В отличие от других развивающихся технологий (например, нанотехнологий, генной инженерии), киберпространство актуально для всех, поскольку это наша новая реальность, то есть каждый живет или будет жить в нем в ближайшее время. Повсеместное распространение цифровых технологий, социальных сетей и сетей в целом повлияло практически на каждую область повседневной жизни. Поскольку киберпространство играет все более доминирующую роль в жизни людей, оно изменило онтологическое состояние людей и может быть понято как формирование сетевого сознания.

Новую реальность нельзя рассматривать как старую, просто дополненную киберпространством. По мнению Б. Уэллмена (Wellman 2001), систематические исследования показывают, что физическое пространство и киберпространство взаимопроникают, поскольку люди активно пользуются своими сетями онлайн и офлайн. Новая, цифровая среда, сочетающая реальность и виртуальность, сильно отличается от привычной естественной реальности. В цифровую эпоху происходит трансформация цифрового общества, а именно размывание границ между

реальностью и виртуальностью, размывание границ между человеком, машиной и природой и переход от дефицита информации к изобилию (Floridi 2015).

Глобальные катаклизмы и непрекращающиеся социальные изменения приводят к трансформации системы ценностей.

В условиях глобальной турбулентности вопросы ценностей становятся все более актуальными, а исследования, посвященные изучению всех типов ценностей, увеличивается с каждым годом. Например, если в 2017 году общее количество терминов, найденных в базе данных, составляло около 395 000, то в 2021 году — 521 800. Эта тенденция неуклонно растет на протяжении всего периода, что свидетельствует о постоянном росте интереса исследователей к аксиологии и различным типам ценностей. Так, Пин Пин Фу отмечает, что с момента разработки методологии «ценностной ориентации» М. Роккича в 1973 году были опубликованы тысячи статей, посвященных индивидуальным ценностям (Qu et al. 2019). Рост исследований в области аксиологии имеет широкий горизонт от мета анализа личных ценностей до аксиологического среза последовательности человеческого развития, изучения эволюции ценностных систем (Баева 2004).

Данные о культурных изменениях были получены в рамках проекта World Values Survey — крупнейшего в истории социологического исследования, связанного с представлениями, ценностями и убеждениями жителей различных стран мира. Эти исследования проводились в рамках четырех «волн» репрезентативных опросов на уровне отдельных стран, осуществлявшихся в 1981–1983, 1989–1991, 1995–1997 и 1999–2001 годах. Опрос охватывал 81 страну на всех шести обитаемых континентах, и население этих стран в совокупности составляет более 85 % жителей планеты (Инглхарт, Вельцель 2011).

В последние годы в области теории возникли два противоположных научных течения. Представители первого делают акцент на конвергенции ценностей в результате

модернизации, которая предстает в качестве главной движущей силы изменений в сфере культуры. Они предсказывают упадок традиционных ценностей и их замену современными (Шварц 2008).

Другое течение подчеркивает устойчивость традиционных ценностей, несмотря на изменения в экономике и политике; его представители полагают, что сфера ценностей сравнительно независима от экономических условий. Соответственно, сторонники этой научной школы считают повсеместное утверждение некоего набора «современных» ценностей маловероятным; традиционные ценности, по их мнению, останутся самостоятельным фактором влияния на культурные изменения.

Некоторые исследователи полагают, что глобализация создает все больше и больше вызовов для человечества: от технологических, экономических, политических до социокультурных, в связи с чем люди оказываются в ценностном кризисе и вынуждены ориентироваться на ценности, которые соответствуют современному периоду.

Исследования показывают превалирование индивидуалистических эгоистичных ценностей над социальными коллективными ценностями. Ценности, выражающие интересы индивида (власть, достижение, гедонизм, мотивация, независимость), встречаются в исследованиях в четыре раза чаще, чем ценности, выражающие интересы группы (доброжелательность, традиция, удобство). Вероятно, это связано с феноменом глобализации, основанного на эгоистичной аксиологии, приоритет которой — бескомпромиссное стремление к максимальной прибыли (Pawłowski 2013).

Любопытен тот факт, что духовные ценности не вызывают столь обширного научного интереса, как материальные. Такие категории, как «зрелая любовь» встретила в публикациях 100 раз, «внутренняя гармония» в 163 работах, «единство с природой» в 1000, в то время как ценности, связанные с материальным успехом, властью, появляются в тысячи раз больше: категория успеш-

ности в 256 000 публикаций, «власть» в 80 000, «богатство» в 29 000. По мнению авторов, эта ситуация не случайна и укладывается в логику феномена кризиса современной культуры. Причины многих проблем современного мира напрямую связаны с галопирующим темпом изменений, сменой мышления, которое предполагает бесконечное потребление, симуляцию и подмену понятий. Современная реклама предлагает использовать уникальный феномен, называемый квазиценностью, который основан на придании нематериальной ценности материальным объектам. Происходит обесценивание, придание значимости незначительным предметам и изображение духовных вещей как материальных. СМИ и реклама все чаще продвигают материалистические убеждения через истории и образы, которые связывают деньги и потребление со счастьем, высокой самооценкой и общественным признанием. Подмена понятий особенно заметна в кризисные периоды, например в такие, как пандемия. Склонность к материалистическому поведению, ориентация на приумножение материального благополучия, имущества, которая указывает на экономический и социальный статус, вызвана высоким уровнем стресса, тревоги и одиночества (Andrés 2022).

Различные факторы могут быть источником кризиса духовной сферы общества в контексте глобальной нестабильности и цивилизационно-культурных сдвигов, например утрата общественного идеала, отклонение от ценностных основ общества, расщепление общества и эскалация ценностей потребления и массовой культуры (Колядко 2019).

Несмотря на социальные всплески последних лет, основные ценности общества остались неизменными. Ни всемирное потепление, ни затяжные военные конфликты в различных уголках мира не оказали значительного влияния на взгляды ученых относительно ценностных ориентаций общества. На протяжении последних пяти лет независимость, безопасность и достижение

остаются ведущими ценностями (Ashilova et al. 2023).

Современный мир, в котором все тесно переплетено, взаимосвязано и взаимозависимо, в котором технологии невероятно глубоко и прочно проникли в жизнь каждого человека, информационный поток возрастает экспоненциально, преодолевая все границы, заменяя физическое перемещение молниеносной передачей данных, оказывая значительное влияние на общество и его ценности. Цифровая связь объединяет людей вне зависимости от принадлежности, гражданства и местонахождения. Однако эта связь имеет как положительные, так и отрицательные последствия: с одной стороны, она связывает людей со схожими взглядами, интересами для участия в обмене разнообразными идеями, с другой стороны, в последнее время все чаще способствует разобщению, созданию сообществ, потенциально провоцируя деструктивные действия, социальные движения и беспорядки, что приводит не только к сетевой враждебности (кибербуллинг, троллинг, хейт, скам), но и к организованным извне проявлениям агрессии, мероприятиям экстремистского и террористического характера.

Постоянный рост цифровой активности приводит к снижению взаимодействия офлайн, особенно среди молодого поколения, что приводит к снижению эмпатии и росту поверхностных отношений на 40 %, к искажению алгоритмов социальных сетей, формирующих общественное восприятие и поведение. Социальные сети, ориентированные на пользователя, оказывают глубокое влияние на современные ценности на личном,

общественном и культурном уровнях и формируют самовосприятие. По некоторым оценкам в 2023 году около 4,2 миллиарда человек активно использовали социальные сети, при этом самыми активными пользователями являются люди в возрасте от 18 до 25 лет (Namukasa 2025). Платформы социальных сетей укрепляют общественные нормы и способствуют созданию трендов, оказывая влияние на покупательское поведение, на материальную и цифровую сферу. Очень серьезной проблемой оказывается определение достоверной информации в социальных сетях. Зачастую люди склонны верить в ложь и распространять дезинформацию, что нередко оказывает влияние на общественные ценности и общественное доверие, особенно в нестабильной политической среде, провоцируя экстремальные последствия.

Выделяют несколько контуров ценностного сознания: биологический (объективно-натуралистическая концепция), социальный (диалектико-материалистическая концепция), индивидуальный (субъективно-психологические концепции) и экзистенциальный (объективно-трансцендентные и онтологические идеалистически-реалистические концепции). Ряд авторов полагают, что существует необходимость в разработке синтетической аксиологической концепции, благодаря которой станет возможным прогнозирование культурно-ценностного ядра как императива социокультурных процессов цифровизации, интеграции ИИ в образовании, что существенно преобразует качество креативного интеллекта университетского сообщества в ближайшей перспективе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ахаян, А. А., Пискунова, Е. В. (ред.). (2018) *Образовательная динамика сетевой личности: материалы I Международной научно-практической конференции*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 211 с.
- Баева, Л. В. (2004) *Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории*. Астрахань: Изд-во Астраханского государственного университета, 279 с.
- Батракова, И. С., Глубокова, Е. Н., Писарева, С. А., Тряпицына, А. П. (2021) Изменения педагогической деятельности преподавателя вуза в условиях цифровизации образования. *Высшее образование в России*, т. 30, № 8-9, с. 9–19. <https://www.doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-9-19>
- Воронина, Д. К. (2024) Нейронные сети в образовании: угрозы, вызовы и перспективы. *Известия РГПУ им. А. И. Герцена*, № 212, с. 126–136. <https://www.doi.org/10.33910/1992-6464-2024-212-126-136>

- Инглхарт, Р., Вельцель, К. (2011) *Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития*. М.: Новое издательство, 464 с.
- Кириякова, А. В., Мороз, В. В. (2019) *Аксиология креативности*. 2-е изд. Оренбург: Университет, 232 с.
- Колядко, И. Н. (2019) Духовный кризис в динамике социокультурного развития современных обществ: понятие и феномен. В кн.: С. И. Шатравский, С. Рогальский (ред.). *Христианство как интегрирующий фактор мировой культуры. Сборник докладов XXIV международных Кирилло-Методиевских чтений*. Минск: Христианский образовательный центр имени святых Мефодия и Кирилла, с. 290–293.
- Тимофеев, А. В. (2019) Становление цифровой аксиологии: ключевые понятия и проблемы. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки*, № 3, с. 73–79.
- Шварц, Ш. (2008) Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, т. 5, № 2, с. 37–67.
- Andrés, O. M. (2022) COVID may have made us less materialistic — new research. *The Conversation*. [Online]. Available at: <https://doi.org/10.64628/AB.a3efd9ja7> (accessed 07.10.2025).
- Ashilova, M. S., Begalinov, A. S., Pushkarev, Yu. V. et al. (2023) Tsennosti v osnovanii sovremennogo globaliziruyushchegosya obshchestva: issledovanie transformatsij [Values in foundation of modern globalizing society: Change study]. *Science for Education Today*, vol. 13, no. 2, pp. 99–121. <http://dx.doi.org/10.15293/2658-6762.2302.05>
- Chamberlain, R., Mullin, C., Scheerlinck, B., Wagemans, J. (2018) Putting the art in artificial: Aesthetic responses to computer-generated art. *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*, vol. 12, no. 2, pp. 177–192. <https://doi.org/10.1037/aca0000136>
- Cropley, D. (2023) Is artificial intelligence more creative than humans? ChatGPT and the divergent association task. *Learning Letters*, vol. 2, article 13. <https://doi.org/10.59453/ll.v2.i3>
- Fleischer, H. (2011) Towards a phenomenological understanding of web 2.0 and knowledge formation. *Education Inquiry*, vol. 2, no. 3, pp. 537–549. <https://doi.org/10.3402/edui.v2i3.21998>
- Floridi, L. (ed.). (2015) *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Cham: Springer Publ., 264 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6>
- Grassini, S. (2023) Shaping the future of education: Exploring the potential and consequences of AI and ChatGPT in educational settings. *Education Sciences*, vol. 13, no. 7, article 692. <https://doi.org/10.3390/educsci13070692>
- Hong, J.-W., Curran, N. M. (2019) Artificial intelligence, artists, and art: Attitudes toward artwork produced by humans vs. artificial intelligence. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, vol. 15, no. 2s, article 58. <https://doi.org/10.1145/3326337>
- Kelly, K. (1998) The third culture. *Science*, vol. 279, no. 5353, pp. 992–993. <https://doi.org/10.1126/science.279.5353.992>
- Koivisto, M., Grassini, S. (2023) Best humans still outperform artificial intelligence in a creative divergent thinking task. *Scientific Reports*, vol. 13, no. 1, article 13601. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-40858-3>
- Lee, H.-K. (2022) Rethinking creativity: Creative industries, AI and everyday creativity. *Media, Culture & Society*, vol. 44, no. 3, pp. 601–612. <https://doi.org/10.1177/016344372210770>
- Namukasa, S. (2025) The role of technology in shaping future generations' values. *Eurasian Experiment Journal of Humanities and Social Sciences*, vol. 6, no. 3, pp. 110–117.
- Pawłowski, A. (2013) Rozwój zrównoważony a globalizacja [Sustainable development and globalization]. *Problemy Ekorozwoju — Problems of Sustainable Development*, vol. 8, no. 2, pp. 5–16.
- Qu, Y., Fu, P. P., Sun, C. (2019) Past, present and future of personal values research: Inspirations from literature. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, vol. 2019, no. 1, article 12235. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.12235abstract>
- Ragot, M., Martin, N., Cojean, S. (2020) AI-generated vs. human artworks. A perception bias towards artificial intelligence? In: R. Bernhaupt, F. Mueller, D. Verweij, J. Andres (eds.). *CHI EA '20: Extended abstracts of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems*. New York: Association for Computing Machinery Publ., pp. 1–10. <https://doi.org/10.1145/3334480.338289>
- Runco, M. A. (2023) AI can only produce artificial creativity. *Journal of Creativity*, vol. 33, no. 3, article 100063. <https://doi.org/10.1016/j.yjoc.2023.100063>
- Stroud, R., Du, J. L. (2025) Student acceptance of ChatGPT in higher education: A mixed-method study of attitudes, intentions, and concerns. *Journal of Applied Learning & Teaching*, vol. 8, no. 2, pp. 35–48. <https://www.doi.org/10.37074/jalt.2025.8.2.7>
- Wellman, B. (2001) Physical place and cyberspace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 25, no. 2, pp. 227–252. <https://www.doi.org/10.1111/1468-2427.00309>

REFERENCES

- Akhayan, A. A., Piskunova, E. V. (eds.). (2018) *Obrazovatel'naya dinamika setevoy lichnosti: materialy I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii [Educational dynamics of the network personality: Proceedings of the I International scientific and practical conference]*. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia Publ., 211 p. (In Russian)
- Andrés, O. M. (2022) COVID may have made us less materialistic — new research. *The Conversation*. [Online]. Available at: <https://doi.org/10.64628/AB.a3efd9ja7> (accessed 07.10.2025). (In English)
- Ashilova, M. S., Begalinov, A. S., Pushkarev, Yu. V. et al. (2023) Tsennosti v osnovanii sovremennogo globaliziruyushchegosya obshchestva: issledovanie transformatsij [Values in foundation of modern globalizing society: Change study]. *Science for Education Today*, vol. 13, no. 2, pp. 99–121. <http://dx.doi.org/10.15293/2658-6762.2302.05> (In English)
- Baeva, L. V. (2004) *Tsennosti izmenyayushchegosya mira: ekzistentsial'naya aksiologiya istorii [Values of the changing world: Existential axiology of history]*. Astrakhan: Astrakhan State University Publ., 279 p. (In Russian)
- Batrakova, I. S., Glubokova, E. N., Pisareva, S. A., Tryapitsyna, A. P. (2021) Izmeneniya pedagogicheskoy deyatelnosti prepodavatelya vuza v usloviyakh tsifrovizatsii obrazovaniya [Changes in university teacher's pedagogical activity in the context of digitalization of education]. *Vyshee obrazovanie v Rossii — Higher Education in Russia*, vol. 30, no. 8-9, pp. 9–19. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-9-19> (In Russian)
- Chamberlain, R., Mullin, C., Scheerlinck, B., Wagemans, J. (2018) Putting the art in artificial: Aesthetic responses to computer-generated art. *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*, vol. 12, no. 2, pp. 177–192. <https://doi.org/10.1037/aca0000136> (In English)
- Cropley, D. (2023) Is artificial intelligence more creative than humans? ChatGPT and the divergent association task. *Learning Letters*, vol. 2, article 13. <https://doi.org/10.59453/ll.v2.13> (In English)
- Fleischer, H. (2011) Towards a phenomenological understanding of web 2.0 and knowledge formation. *Education Inquiry*, vol. 2, no. 3, pp. 537–549. <https://doi.org/10.3402/edui.v2i3.21998> (In English)
- Floridi, L. (ed.). (2015) *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Cham: Springer Publ., 264 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6> (In English)
- Grassini, S. (2023) Shaping the future of education: Exploring the potential and consequences of AI and ChatGPT in educational settings. *Education Sciences*, vol. 13, no. 7, article 692. <https://doi.org/10.3390/educsci13070692> (In English)
- Hong, J.-W., Curran, N. M. (2019) Artificial intelligence, artists, and art: Attitudes toward artwork produced by humans vs. artificial intelligence. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, vol. 15, no. 2s, article 58. <https://doi.org/10.1145/3326337> (In English)
- Inglehart, R., Welzel, C. (2011) *Modernizatsiya, kul'turnye izmeneniya i demokratiya: posledovatel'nost' chelovecheskogo razvitiya [Modernization, cultural change, and democracy: The human development sequence]*. Moscow: "Novoe izdatel'stvo" Publ., 464 p. (In Russian)
- Kelly, K. (1998) The third culture. *Science*, vol. 279, no. 5353, pp. 992–993. <https://doi.org/10.1126/science.279.5353.992> (In English)
- Kiriyakova, A. V., Moroz, V. V. (2019) *Aksiologiya kreativnosti [Axiology of creativity]*. 2nd ed. Orenburg: University Publ., 232 p. (In Russian)
- Koivisto, M., Grassini, S. (2023) Best humans still outperform artificial intelligence in a creative divergent thinking task. *Scientific Reports*, vol. 13, no. 1, article 13601. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-40858-3> (In English)
- Kolyadko, I. N. (2019) Dukhovnyj krizis v dinamike sotsiokul'turnogo razvitiya sovremennykh obshchestv: ponyatie i fenomen [Spiritual crisis in the dynamics of sociocultural development of modern societies: Concept and phenomenon]. In: S. I. Shatravskij, S. Rogal'skij (eds.). *Khristianstvo kak integriruyushchij faktor mirovoj kul'tury. Sbornik dokladov XXIV mezhdunarodnykh Kirillo-Mefodievskikh chtenij [Christianity as an integrating factor of world culture. Collection of reports of the 24th International Cyril and Methodius readings]*. Minsk: Saints Methodius and Cyril Christian Educational Center Publ., pp. 290–293. (In Russian)
- Lee, H.-K. (2022) Rethinking creativity: Creative industries, AI and everyday creativity. *Media, Culture & Society*, vol. 44, no. 3, pp. 601–612. <https://doi.org/10.1177/016344372210770> (In English)
- Namukasa, S. (2025) The role of technology in shaping future generations' values. *Eurasian Experiment Journal of Humanities and Social Sciences*, vol. 6, no. 3, pp. 110–117. (In English)
- Pawłowski, A. (2013) Rozwój zrównoważony a globalizacja [Sustainable development and globalization]. *Problemy Ekorozwoju — Problems of Sustainable Development*, vol. 8, no. 2, pp. 5–16. (In English)

Qu, Y., Fu, P. P., Sun, C. (2019) Past, present and future of personal values research: Inspirations from literature. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, vol. 2019, no. 1, article 12235. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.12235abstract> (In English)

Ragot, M., Martin, N., Cojean, S. (2020) AI-generated vs. human artworks. A perception bias towards artificial intelligence? In: R. Bernhaupt, F. Mueller, D. Verweij, J. Andres (eds.). *CHI EA '20: Extended abstracts of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems*. New York: Association for Computing Machinery Publ., pp. 1–10. <https://doi.org/10.1145/3334480.338289> (In English)

Runco, M. A. (2023) AI can only produce artificial creativity. *Journal of Creativity*, vol. 33, no. 3, article 100063. <https://doi.org/10.1016/j.yjoc.2023.100063> (In English)

Schwartz, S. H. (2008) Kul'turnye tsennostnye orientatsii: priroda i sledstviya natsional'nykh razlichij [Cultural value orientations: Nature & implications of national differences]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshej shkoly ekonomiki — Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, vol. 5, no. 2, pp. 37–67. (In Russian)

Stroud, R., Du, J. L. (2025) Student acceptance of ChatGPT in higher education: A mixed-method study of attitudes, intentions, and concerns. *Journal of Applied Learning & Teaching*, vol. 8, no. 2, pp. 35–48. <https://www.doi.org/10.37074/jalt.2025.8.2.7> (In English)

Timofeyev, A. V. (2019) Stanovlenie tsifrovoj aksiologii: klyuchevye ponyatiya i problemy [The formation of digital axiology: Key concepts and problems]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki — Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy*, no. 3, pp. 73–79. (In Russian)

Voronina, D. K. (2024) Nejronnye seti v obrazovanii: ugrozy, vyzovy i perspektivy [Neural networks in education: Threats, challenges and perspectives]. *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena — Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, no. 212, pp. 126–136. <https://doi.org/10.33910/1992-6464-2024-212-126-136> (In Russian)

Wellman, B. (2001) Physical place and cyberspace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 25, no. 2, pp. 227–252. <https://www.doi.org/10.1111/1468-2427.00309> (In English)

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

КИРЬЯКОВА Аида Васильевна — *Aida V. Kiriyaikova*.

Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия.

Orenburg State University, Orenburg, Russia.

SPIN-код: 2077-9623, Scopus AuthorID: 55932688800, ResearcherID: E-9040-2015, ORCID: 0000-0001-6289-3797, e-mail: aida.osu@gmail.com

Доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры общей и профессиональной педагогики.

МОРОЗ Виктория Викторовна — *Victoria V. Moroz*.

Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия.

Orenburg State University, Orenburg, Russia.

SPIN-код: 5128-5900, ResearcherID: AAA-6948-2021, ORCID: 0000-0001-9090-6815, e-mail: victoria_moroz@mail.ru

Доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры общей и профессиональной педагогики.

Поступила в редакцию: 25 сентября 2025.

Прошла рецензирование: 25 октября 2025.

Принята к печати: 1 декабря 2025.