УДК 101.1: 316.77

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ СФЕРЫ В ФОКУСЕ ГЕНЕЗИСА СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

К.В. Смирнова
Тверской государственный технический университет, г. Тверь

© Смирнова К.В., 2022
DOI 10.46573/2409-1391-2022-3-23-29

Аннотация. *В статье рассмотрены предпосылки формирования постиндустриального общества путём анализа экономических моделей XX в. Отображено воздействие сферы производства на информационные технологии. Представлены особенности современного капитализма, в котором основным типом сырья являются данные. Описывается новая форма общественной организации – платформа, позволяющая индивиду находится в процессе выбора своей идентичности. Качественное изменение внутриличностных психологических процессов рассмотрено как результат функционирования платформенного общества. Перечислены уникальные возможности Интернета. Отображено значение влияния всех экономических, коммуникативных, общественных трансформаций на положение человека в обществе и изменение восприятия его картины мира. Необходимость в проведении данного анализа обусловлена процессом мировой глобализации и цифровизации всех сфер жизни человека, а также невозможностью отказа человека от использования современных технологий.*
Ключевые слова: *индустриальное общество, коммуникационные технологии, платформа, информатизация, трансформация идентичности.*

Актуальность. В настоящее время в отечественном и зарубежном гуманитарных дискурсах философами осуществляются попытки построить образ современного человека, его особенностей, жизненных интенций и экзистенциалов. В ходе этих дискуссий высказываются сентенции, что индивидуальность и независимость уже не являются качествами, подчёркивающими самобытность субъекта. Идентичность формируется в рамках публичной сферы, в которой каждый индивид - актор. Развитие информационных технологий, а также усиление процесса «медиатизации» общества способствовало внедрению постоянных форм воздействия и контроля, с формированием особого типа человеческой самости. Формирование задатков образа современного человека происходит в период генезиса капиталистического общества, характеризующийся увеличением значимости коммуникативного процесса в ходе осуществления экономических отношений, что в свою очередь обуславливает актуальность проводимого анализа.

Для понимания современной картины необходимо обратить внимание на эволюцию XX в., сопровождающуюся множеством исторических событий и динамичной модификацией моделей общества. Вопрос общественного развития и экзистенционализма на протяжении долгих лет и по сегодняшний день интересует различных философов и социологов.

Развитие различных социальных моделей отражает становление индустриального общества. Так в своей книге «Капитализм платформ» канадский

экономист Н.Срничек выделяет три состояния (фордизм, тайотизм, постиндустриализм), характеризующих экономический порядок. Эти состояния заложили основы сегодняшней экономики [3, С. 17-19].

Производственные отношения, называемые «фордизмом», несмотря на все послевоенные разрушения, оказалась в выигрышном положении. Крупные заводы (корпорации), ориентированные на массовое производство, осуществляли вертикальный управленческий контроль, привлекая резервных работников и изготавливая излишний товар, с возможностью увеличения прибыльности в случае увеличения спроса. Такая модель характеризуется централизованным, авторитарным характером производства, масштабностью объединения. Что касается сферы труда, появляется понятие «массового работника», представленного коллективной идентичностью, основанной на равенстве трудовых условий. Социально-значимыми и поощряемыми свойствами личности являются экстравертность, безличность, что способствует идентификации человека через крупные промышленные коллективы.

Корпоративное общество с организацией «массового производства» способствовало формированию «массового общества», характеризующегося стандартизацией всех сфер человеческой жизни. Отсюда – формирование массовой культуры, популяризация которой осуществляется через коммуникативные процессы. Средства массовой коммуникации сами создают публичную сферу информации и мнений, осуществляя контроль над условиями их распространения. Происходит формирование «медиасреды», где осуществляются потоки информации, массовые коммуникации выступают в роли посредников между человеком и окружающим миром, происходит информирование, пропаганда и формирование ценностей, развиваются коллективные чувства, стандарты поведения, оказывающие влияние на общественное сознание и формирующие состояние тотальной культурной недиферренцированности [2, С. 79].

В рамках крупных производств формируется ментальность рабочей аристократии. Она выливается в непримиримый конфликт с собственниками. Рабочая аристократия крупных промышленных предприятий начинает организованно бороться за свои права, создавая мощные профсоюзы. Следствием этого, как и ряда других факторов, стал вывод капитала в страны с более дешевой и в тоже время менее квалифицированной рабочей силой. Результатом стала ещё большая атомизация процесса производства, требующая от работников минимальной подготовки.

На смену «фордизма» пришёл «тойотизм», предполагающий оптимизацию в организации труда с целью максимальной экономии. Принцип работы такой экономики заключался в индивидуализации товаров пропорционально потребительскому спросу (производство товаров под фактические под фактические потребности). С целью увеличения рентабельности производства в условиях конкуренции производились попытки сокращения затрат. Одним из наиболее эффективных способов оказался аутсорсинг, предполагающий снижение зарплаты постоянных работников, но одновременно направленный на привлечение внешних подрядчиков.

В середине XX в. в ряде некоторых стран, прежде всего в США и некоторых странах Европы, происходит смещение акцента с человека – производителя на человека – потребителя. Происходит формирование «рыночного» типа человека массового общества, характеризующегося увеличением жизненных запросов и отсутствием ценности к тому, что упрощает жизнь. Характерными чертами индивида данного периода являются отсутствие устойчивого «я», стремление соответствовать обществу, зависимость от других. Индивид конструируется через общепринятые роли, а наделенные особой ценностью товары направляют поведение общественности.

Неоспорим тот факт, что информационно - коммуникационные технологии являются неотъемлемой частью жизнедеятельности каждого человека, способствуют увеличению информационной осведомленности граждан. Обеспечивая своевременное поступление актуальной информации, а также содействуя её обмену, информационные технологии играют большую роль в процессе социализации людей и их участии в общественной жизни.

Однако в тоже время нередко научно-технический прогресс и культура индустриального общества для человека имеют ряд отрицательных последствий, представленных в минимизации индивидуальности человека, а также в манипуляции и глобальном контроле над индивидуальным сознанием.

С развитием постиндустриального общества изменяется характер труда, он становится всё более нематериальным, направленным на работу с символами и эмоциями. Роль знания в производстве материальных товаров возрастает, становясь их неотъемлемой частью. Навыки, коммуникативное действие теперь лежат в основе производства. Д. Белл также пишет: «Тот факт, что труд человека в большей степени сейчас состоит из разговора с другим, чем из взаимодействия с машиной, является фундаментальным фактом, характеризующим труд в постиндустриальном обществе» [4, С. 163].

Американский философ и социолог О.Тоффлер общество XX в. называл обществом «третей волны», в основе которого лежат развитие компьютерных технологий, информатизация и новые способы организации[6, с.40]. Трансформация социума происходит при непосредственном влиянии средств массовой информации.

Увеличивается значимость контента в области культуры, знания, впечатления и услуги, включающие медийный контент (блоги, вебсайты, онлайн-форумы и разработка программного обеспечения).

Современный капитализм направлен на получение особого типа сырья – данных, проходящих определенные уровни: сбор, сортировка и упорядочивание в стандартизированные форматы. Сбор данных базируется на действиях пользователей, происходит анализ потребительских предпочтений, что создаёт общую картину понимания необходимых функционалов для разработки новых продуктов, услуг и разработки рекламой политики.

Рост значимости Интернета способствовал увеличению зависимости производственной сферы от цифровой коммуникации. Возможность обмена цифровыми данными в сети расширила возможности производственной сферы, обеспечив вероятность координации труда работников и использование аутсорсинга и прекарной занятости в трудовой сфере. Разграничение происходило только по принципу необходимости реальной коммуникации или отсутствии необходимости личного взаимодействии. Развитие аутсорсинга имело своей причиной стремление сократить выплаты и дивиденды, одновременно удерживая уровень прибыльности. Данные предпосылки актуальны и на сегодняшний день: гибкая занятость, оплата труда снижается, а давление со стороны менеджмента растет.

Появляется новый тип фирмы – платформа, представляющая собой некую инфраструктуру. Выступая в качестве площадки для взаимодействия между пользователями (покупателями, рекламодателями, поставщиками услуг и товаров, производителями, физическими объектами), платформа получает доступ к фиксации интеракций с целью дальнейшего анализа [3, С. 41-42] Через интернет-поисковики прослеживается активность пользователей, изменчивость их желаний, социальные сети предоставляют множество вариантов частного взаимодействия и др. Увеличивается рост перевода в различных отраслях коммуникаций в онлайн-формат.

Платформенность создаёт «сетевые эффекты», предполагающие, что наличие большого количества пользователей порождает ценность данной платформы для других. Платформы, создавая эффект свободного пространства для взаимодействия, в реальности реализуют определённую политику, получая доступ к данным, разрабатывая правила взаимодействия в рамках данной платформы, которые в последующем контролируются.

Символические системы, массовая культура, представляющая мир в моделях и символах выстраивают повседневную жизнь человека. Так о новом этапе информационного общества в своей монографии «Культура потребления и реклама» пишут Н.Н. Вотинцева и А.Н. Ильин: «Пришло господство культуры, основанной на информационном хаосе и вещизме как объективации индивидуальной и общественной жизни различными гаджетами. Инфраструктура потребления представляет собой целую «систему повседневного бытия», погружающую личность в мир символов определенного образа жизни. Она создает импринтинг идентичности, убеждений, ценностей и поведенческих стереотипов» [1, С. 6].

Процесс глобализации модифицирует «внутреннюю жизнь» человека. Индивид постоянно находится в процессе подбора своей идентичности среди стратегий и выборов, предлагаемых абстрактными системами. Бессознательно полученная информация способствует качественному изменению внутриличностных психологических процессов.

Сегодня все больше набирает обороты экономическая модель совместного потребления, интернет вещей и развитие бизнеса, основанном на использовании технологий. Развитие телекоммуникаций, в частности Интернета, предоставили возможность перевода не только рабочих, но и целый бизнес онлайн-формат. Возможность осуществления глобальной коммуникации и управление через нее поставками только увеличило развитую ранее (1970-е г.) тенденцию перевода множества услуг на аутсорсинг.

Интернет обладает уникальными возможностями:

− не имеет централизованную систему управления, не является средством массовой информации, однако представляет собой среду, в которой функционируют все традиционные СМИ, менее подвластен регулированию извне;

– обладает возможностью глобальной адресации;

− имеет общедоступный характер – подразумевает наличие возможности у каждого, имеющего устройство с возможностью подключения к связи, осуществлять поиск, редактирование, публикацию информации, а также взаимодействовать с другими пользователями;

– имеет неограниченное количество пользователей;

– носит интерактивный характер, который заключается в предоставлении возможности общения между пользователями на различных электронных площадках (форумы, социальные сети), являющихся также источником информации;

− создание информации имеет низкую стоимость (не требует специальных затрат по сравнению с ранее используемыми печатными машинками или оборудованием для передачи телеграмм);

− доступность и возможность быстрой обработки информации;

− безграничность объема информации;

− источником информации может быть каждый и др.

Однако в рамках цифровой реальности происходит изменение структуры аудитории, пользователи подразделяются на группы в соответствии с интересами, отбрасывая остальной информационный поток. Интернет позволяет индивидуально

сформировать ограниченное количество насущных тем дня, снизив тем самым интерес к общественным, национальным проблемам. Снижается общественная активность в противовес пассивному потреблению знаний. Получение готовых образов снижает уровень размышления, а отсюда − падение общего культурный уровня жизни, который впоследствии формирует хорошую базу для манипуляции массовым сознанием при помощи коммуникативных ресурсов. Правильно подметил Маклюэн, что «сталкиваясь с информационными перегрузками, мы не имеем другой альтернативы кроме восприятия по образцам (стереотипам)»[5, С. 132].

Все события жизни человека ретранслируются в сеть. Видение окружающего мира и восприятие себя осуществляется через постижение цифровой реальности.

Коммуникативный процесс сейчас предполагает наличие позиций, создающих эффект присутствия, в которых выражение собственного мнения не является обязательным. На базе цифровых платформ формируются лишь временные группы, объединенные общей целью в конкретной ситуации, способствующих появлению случайных и временных идентичностей.

Под воздействием информационных технологий формируется образ человека современной эпохи. Человек находится под влиянием гласного или негласного контроля, принудительных или скрытых форм воздействия. Индивиды заведомо подвергают себя управлению и контролю, идентифицируя себя с виртуальными идентичностями. Размываются границы между общественным и частным, социальным и индивидуальным, приватным и публичным.

Замена живого диалога использованием электронных площадок для общения в сети влечёт за собой атрофию проявлений человеческой души, эмоций. Вовлекая человека в виртуальные сообщества, индустрия потребления отдаляет человека от сообщества людей, сводя к минимуму эффективность и эмоциональность человеческих отношений. В сетевом пространстве минимизируется морально-этическое содержание коммуникации, поскольку возможность неограниченного использования анонимного и бесконтактного общения влияет на снижение моральной ответственности, единомыслия, сострадания.

Таким образом, можно сделать вывод, что формирование информационного общества, в том виде, в котором оно существует - закономерный процесс развития индустриальных технологий и социальных отношений, имеющий как позитивные, так и негативные последствия. У ряда отечественных и зарубежных авторов сформировалось весьма позитивное видение самоидентификации человека в фокусе цифровизированного этоса (Р. Арон, Дж. Гэлбрейт, Ф. Уэбстер, А.И. Ракитов и др.). Информатизация способствовала увеличению числа занятых в информационной сфере (производители, разработчики, распространители, компьютерных специалистов, программистов, системных аналитиков), увеличилась интеллектуализация многих видов труда и повысились требования к общеобразовательной подготовке специалистов, профессиональной подготовке, происходит развитие в области международного сотрудничества, появляются новые формы занятости (прекарная занятость, аутсорсинг). Свобода выбора позволяет определиться с ценностями, осознанно искать подходящий для себя путь, осуществлять выбор на разных стадиях вхождения и освоения цифровой реальности. Появилась возможность создавать и использовать необходимые для жизнедеятельности электронные коммуникации, происходит постоянное интерактивное взаимодействие (диалог), реализуется непрерывная обратная связь между участниками информационного обмена и др.

Наряду с большим количеством положительных эффектов информатизации сформировался ряд негативных тенденций: увеличивается угроза для личной

автономии, формируется беззащитность личности перед вторжением государства и коммерческих структур в частную жизнь, происходит разрушение частной жизни (разглашение личных тайн) в платформенном обществе, впоследствии расширяющее возможности получения данных о любом индивидууме. «Фанатичная» преданность компьютерам и вера в их непогрешность развивает привыкание к «жизни» в виртуальном пространстве, формируя угрозу моральному иммунитету личности. Некоторые группы общественности сталкиваются с такой проблемой как сложность адаптации к возможностям информационного общества (необходимость применять информационные технологии в повседневной жизни). Виртуализация способствует сокращению межличностных контактов, а через влияние на человека СМИ происходит навязывание мнений по определенным событиям. Появляется проблема качественного отбора достоверной информации (появляется слишком много непроверенной информации в СМИ). Критическая точка зрения на формирование идентичности в реалиях цифрового общества рассматривалась такими авторами как Д. Гребер, Н. Срничек, П. Мейсон, М. Дин и др.

Библиографический список

1. Вотинцева, Н.Н., Ильин А.Н. Культура потребления и реклама: монография. Пермь: ПИЭФ, 2014. 132 с.
2. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов: монография. М..: Из-во АПК и ППРО, 2013. 479 с.
3. Срничек Н. Капитализм платформ/ пер. с англ.и науч. ред. М. Добряковой; нац.исслед. ун-т «Высшая школа экономики». 2-е изд. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 128 с.
4. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. New York: Basic books, Cop. 1973. 507 p.
5. McLuhan M. Counterblast. Harcourt: Brace & World, 1969. 141 p.
6. Toffler A. Previews and Premises: An Interview with the Author of «Future Shoclc» and the «Third Wave». Toronto, 1983. 230 p.

TRANSFORMATION OF THE COMMUNICATION SPHERE IN THE FOCUS OF THE GENESIS OF SOCIAL RELATIONS

K.V. Smirnova

Tver State Technical University, Tver

Abstract. *The article considers the prerequisites for the formation of a post-industrial society by analyzing the economic models of the XX century. The impact of the sphere of production on information technology is displayed. The features of modern capitalism, in which the main type of raw materials is data, are presented. A new form of public organization is described – a platform that allows an individual to be in the process of choosing his identity. Qualitative change in intrapersonal psychological processes is considered as a result of the functioning of a platform society. The unique features of the Internet are listed. The significance of the influence of all economic, communicative, social transformations on the position of a person in society and the change in the perception of his worldview is displayed. The need for this analysis is due to the process of global globalization and digitalization of all spheres of human life, as well as the impossibility of a person's refusal to use modern technologies.*

Key words: *industrial society, communication technologies, platform, informatization, identity transformation.*

Информация об авторе:
СМИРНОВА Кристина Васильевна – аспирантка кафедры психологии и философии ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь. E-mail: smirnova_kv91@mail.ru SPIN-код: 6864-3715

About the author:
SMIRNOVA Kristina Vasilevna - postgraduate student of the department of psychology and philosophy of the Tver State Technical University, Tver, E-mail: smirnova_kv91@mail.ru SPIN-код: 4445-0000

УДК 342:321

ДОВЕРИЕ К ЗАКОНАМ И ПРАВОВАЯ ЗАЩИЩЕННОСТЬ ГРАЖДАН КАК ФАКТОРЫ ЛЕГИТИМНОСТИ ВЛАСТИ

О.И. Туманова
Тверской государственный технический университет, г. Тверь

© Туманова О.И., 2022
DOI 10.46573/2409-1391-2022-3-29-33

Аннотация. *В статье рассматривается важность формирования эффективной законодательной системы, способствующей не только укреплению легитимности действующей власти, но и направленной на развитие чувства правовой защищенности граждан. Обсуждение проблем права и легальности в рамках института государства не теряет своей актуальности в общественно-политическом дискурсе. Так идеи немецкого политического философа и правоведа Карла Шмитта, о тождестве понятий закона и государства, а также о важности законов для обеспечения легальности власти могут быть использованы не только для анализа современной политической ситуации, но и быть полезными в процессе построения эффективной правовой системы.*
Ключевые слова: *государство, власть, общество, закон, правовая защищенность, легитимность.*

В условиях высокой турбулентности, характеризующей текущие общественно-политические процессы, ключевым фактором, который позволяет обеспечивать устойчивое развитие институтов государства, является легитимность действующей власти. В качестве одного из условий, которые способны гарантировать реализацию, данного фактора выступает формирование эффективной системы законов, которые в свою очередь не только будут работать на благо государства, но и удовлетворять потребности общества.

Подтверждение своей легитимности через действующую систему права позволит власти гарантировать населению свою поддержку. При этом правовая защищенность в таком случае может рассматриваться как своеобразный залог