

DOI: 10.12731/2576-9782-2023-4-62-74

УДК 316.47



Научная статья | Теория и история культуры, искусства

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННОЕ УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В КУЛЬТУРЕ

Л.С. Гаспарян

Формирование цифровой среды ведет к выработке новых моделей поведения, где коренным образом изменяется принцип социального взаимодействия. Очевидно, что эти изменения будут одним из наиболее значимых аспектов формирования картины мира. Возникающая разница в способах взаимодействия актуализируют исследования в области изучения социокультурных трансформаций, в рамках которых технологические аспекты становятся намного более значимыми, чем содержательные.

Способ участия индивидов в создании и воспроизводстве воспринимаемой ими социокультурной реальности рассматривается с точки зрения социального конструирования, под которым понимается процесс создания и формирования социокультурной реальности. В статье делается акцент на том, что внедрение технических средств начинает воздействовать на культурные паттерны, изменяя привычные способы взаимодействия между людьми.

В этой связи актуальным становится вопрос, насколько возможно конструирование поведения индивида посредством цифрового воздействия? И какие способы конструирования востребованы сегодня в наибольшей степени?

Ключевые слова: *цифровизация; социальное взаимодействие; «большие данные»; искусственный интеллект; индивидуализированное производство; социокультурная реальность*

Для цитирования. *Гаспарян Л.С. Цифровизация как современное условие социального взаимодействия в культуре // Russian Studies*

in Culture and Society. 2023. T. 7, № 4. C. 62-74. DOI: 10.12731/2576-9782-2023-4-62-74

Original article | Theory and History of Culture and Art

DIGITALIZATION AS A MODERN CONDITION OF SOCIAL INTERACTION IN CULTURE

L.S. Gasparyan

The formation of the digital environment leads to the development of new behaviors, where the principle of social interaction is fundamentally changing. Obviously, these changes will be one of the most significant aspects of shaping the world picture. The emerging difference in the ways of interaction actualizes research in the field of constructing a social reality that acquires a predetermined meaning and shape, within which technological aspects become much more significant than substantive ones.

Digitalization contributes to the emergence of new ways of interaction that can significantly transform public perceptions of the surrounding space and its constituent elements.

The high information noise of the digital environment reduces not only the focus of the user's attention, but also, as a result, leads to the so-called "attention economy". Emerging practices using "big data" change the usual ways of interaction and indicates that modern technologies can change the design of an individual's behavior.

In this regard, the question becomes relevant, to what extent is it possible to construct an individual's behavior through digital influence? And what methods of construction are in demand today to the greatest extent?

Keywords: *digitalization; social interaction; "big data"; artificial intelligence; individualized production; socio-cultural reality*

For citation. *Gasparyan L.S. Digitalization as a Modern Condition of Social Interaction in Culture. Russian Studies in Culture and Society, 2023, vol. 7, no. 4, pp. 62-74. DOI: 10.12731/2576-9782-2023-4-62-74*

Введение

В последнее время принято говорить о новейшем этапе развития информационного общества, на котором все активнее становится внедрение современных цифровых технологий в различные сферы жизни и производства. Особый способ кодирования информации, который и получил название «цифровизация» в буквальном смысле вырастает в архаизированные социальные структуры [1]: производственная и бытовая цифровизация направлена на облегчение монотонного физического труда человека, интенсификацию социальных процессов, скорость социального взаимодействия и создание определенного уровня комфорта.

Процесс социализации осуществляется сегодня преимущественно под воздействием сетевых площадок, которые следят за нашим здоровьем, играют с нами в игры, убирают квартиру, готовят еду, управляют транспортными средствами, осуществляют поиск необходимой информации, оживляют память и...можно еще долго продолжать этот список. Это создает огромные возможности для современного человека: он «...как бы вырывается за пределы пространства – места своего проживания и за пределы времени — истории той или иной культурной общности, так как теперь люди сами могут создавать общности по интересам, члены которых обитают в разных регионах мира [2, с. 19].

О том, что «цифровизация» меняет наши отношения во времени и пространстве, писал еще в 1995 году основоположник данного термина Н.Негропонтте. То есть, около 30 лет назад он предполагал, что взаимодействие человека с машинами будет приравнено или даже превышать количество времени, которое люди отводят на общение друг с другом [3].

Сегодня парадигма цифровой культуры предполагает изменение способов создания, распространения и потребления культурного контента под влиянием цифровых технологий. Это включает в себя переход от традиционных форматов (например, книги, журналы, физические арт-объекты) к цифровым форматам (электронные книги, онлайн-журналы, виртуальные арт-проекты), доступ к культурным

ресурсам через онлайн-платформы и децентрализованные коллекции, развитие интерактивных и мультимедийных форм культурного выражения, а также возможность взаимодействия и обмена культурным контентом через социальные сети и цифровые коммуникационные средства. Идея цифровой культуры также заключается в интеграции передовых технологий в процессы образования и создания новых механизмов для понимания культурного наследия. Это обеспечивает более широкий доступ к культурным ценностям, играет важную роль в сохранении и продвижении культурного разнообразия и повышении уровня вовлечения людей в сферу культуры. Однако, несмотря на явные преимущества, процесс цифровизации культуры предполагает создание некоего иного пространства, наполненного новыми смыслами и ценностями, новыми возможностями [4], куда, как пишет О. Астафьева «вживается человек» [5, с. 520].

Современное измерение цифровизации подразумевает формирование нового качества социальных связей, где, по мнению А. Конькова, происходит «сдвиг социального взаимодействия» [6]. Этот так называемый сдвиг ведет к появлению новых субъектов социального взаимодействия в виде ботов, машин которые, работая на основе заданного алгоритма, начинают постепенно вытеснять человека из пространства культуры, делая его лишь потребителем созданных благ. Появляющиеся социальные практики актуализируют процессы изучения влияния цифровизации на процесс социального взаимодействия в культуре.

Объект исследования – социальное взаимодействие в культуре.

Предмет исследования – цифровизация как современное условие социального взаимодействия в культуре.

Цель исследования – выявить влияние цифровизации на социальное взаимодействие в культуре.

Своеобразным триггером новой цифровой реальности стали события начала 2020 года, связанные с пандемией и ознаменовавшие массовый переход на новый уровень социального взаимодействия, где главным бенефициарием социальных практик стали сетевые взаимодействия. В начале 2022 года вышел новый глобальный

обзор Digital 2022, который показал, что аудитория онлайн-мира продолжает расти быстрее, чем до пандемийных локдаунов. Так, за период с 2021 по 2022 год наблюдается самый высокий темп роста аудитории соцсетей: за 12 месяцев количество пользователей увеличилось на 10,1% [7].

Следует отметить, что на сегодняшний день общее количество пользователей соцсетей превышает 4,62 млрд, что в 3,1 раза больше показателя 2012 года, то есть, средний рост в течение 10 лет составлял 12% в год. В абсолютных числах это более 1 миллиона новых пользователей в день или 13,5 человек в секунду [7].

В этом же отчете было зафиксировано, что количество людей, которые остаются «не подключёнными» к интернету, впервые оказалось ниже **3 миллиардов**. Это знаменует собой важную веху на пути к цифровым технологиям, когда устройства с выходом в интернет становятся не роскошью, а необходимостью.

Руководитель глобальной отрасли программного обеспечения и платформ компании Accenture Робин Мердок утверждает, что мониторинг роста времени, которое люди проводят в социальных сетях, отражает важность этих платформ в повседневной жизни. На эти платформы приходится наибольшая доля всего времени, которое человек проводит онлайн – 35%. Это значение также выросло за последний год, увеличившись на 2 минуты в день (+1,4%) [7].

Увеличение количества времени, которое человек проводит онлайн, актуализируют сетевые формы взаимодействия, где возможность получения информации не является проблемой. Настоящей проблемой, о которой еще в 1977 году писал лауреат Нобелевской премии по экономике Герберт Саймон, становится бесконечная череда информации, которая поглощает внимание получателей и не оставляет времени на ее осмысление. Как часто мы размышляем над той информацией, которая поступает? Есть ли у нас на это время? Или в череде бесконечных событий мы становимся потребителями так называемых «горячих» сообщений, которые, как писал М. Маклюен, сразу представляют нам крайне подробную картину происходящего, богатую на детали, цвета, тени, не оставляя возможности на домыс-

ливание и таким образом «забивая все наши каналы восприятия, заполняя нас своим содержанием, подавляя наше воображение, преподнося свое «сообщение» с полной принудительностью» [8].

В конечном счете, в череде бесконечно поступающих сообщений возникает довольно искаженное представление о том, что происходит на самом деле, потому что внимание человека становится рассеянным. Чем хуже мы сосредотачиваемся, тем более поверхностны наши размышления и тем вероятнее их банальность. К тому же происходит обезличивание социальных контактов, их формализация и имитация. Эти процессы влияют на нейронные сети, что впоследствии может привести к тревожности, депрессивному состоянию и социальным фобиям.

Поэтому в процессе цифровизации внимание человека становится главным ресурсом, за который начинают сражаться машины. За внимание борются производители товаров и услуг, общественные деятели, политики, целые национальные корпорации. Социально значимым, актуальным и трендовым становится то, на что направлено наше внимание. Поэтому главным вопросом современности становится вопрос «как привлечь внимание»? «Как его зацепить»? «Какие еще технологические вещи необходимо внедрить, чтобы заставить что-то купить, потребить, сделать»?

Ответом на эти вопросы становится концепция индивидуализированного производства, основанная на создании и реализации продукта, полностью отвечающего требованиям, потребностям и ожиданиям конкретных потребителей. Цифровизация изменяет наше представление о социальных практиках, где основные продукты потребления стали «подгоняться» под конкретного потребителя. Основная задача цифровизации – создать у потребителя ощущение, что работа делается лично для него и удовлетворяет его личные потребности. Образно говоря, необходимо создать эффект потребления, где пользователь будет видеть только то, что его заинтересует. С помощью аддитивных технологий становится возможным производить кастомизированную продукцию при минимальном расходе материалов и времени на ее разработку, добиваясь при этом максимальной заинтересованности в ней.

Ключевым моментом в процессе цифровизации является широкое использование систем искусственного интеллекта, способных обрабатывать так называемые «большие данные». Когда используют термин «большие данные», то чаще всего имеют в виду три базовых характеристики: размер, скорость и накопление. Так, согласно Р. Китчину, «большие данные создаются здесь и сейчас, а их объем может увеличиваться каждую секунду». Они отличаются многообразием формы; исчерпывающим характером; высокой дискретностью; возможностью привязки к другим типам данных; гибкостью (добавлять новую информацию и расширять объем) [9, P.2]. Идея кризиса научных теорий, где на смену концептуализирующим утверждениям приходят корреляции между разными данными, как раз связана с повсеместным внедрением «больших данных» и признанием их эвристической ценности.

Применение «больших данных» особенно яркое выражение получило в интернет-пространстве, в рамках которого сформировался мощный арсенал технологий и инструментов замещения реальных объектов, процессов и явлений их искаженными виртуальными моделями. Не имеющие во многих случаях ничего общего с реальной действительностью, они способны существенным образом трансформировать общественные представления об окружающем пространстве и его составляющих элементах в интересах субъектов информационно-коммуникационного воздействия.

Если прежде основной ценностью информационного сообщения была его истинность, то сегодня на первый план выходит способность информации к собственной трансляции. Этот цепной эффект и становится свидетельством конвенционального отношения к информации: на смену требованию достоверности приходит потребность в актуальности, цитируемости, обсуждаемости того или иного сообщения.

В данном контексте невозможно не сказать об эволюции самой глобальной гипертекстовой информационной системы, предоставляющей доступ к связанным между собой документам, которые расположены на различных компьютерах, подключенных к Интер-

нету. Так, web 1.0 – система, где человек мог только получать информацию, трансформировалась в web 2.0, когда пользователь мог сам туда выгружать информацию. Многие исследователи отмечают, что «начало стремительного развития Web 2.0 следует связать с появлением в Интернете в середине 1990-х годов первых социальных сетей и, в особенности, с развитием блогосферы – социальной сети, образуемой сетевыми дневниками интернет-пользователей.

Следующий этап развития Интернета, выделяемый исследователями, – это Web 3.0. Типичным примером Web 3.0 является «сообщества практики», где уже создаются свои платформы для размещения информации. В качестве примера можно обозначить многочисленные платформы в социальных сетях, где каждый пользователь, вне зависимости от своей социально-демографической характеристики, может создавать и размещать видео, публиковать фото, вести блоги.

Высокий информационный шум цифровой среды снижает не только фокус внимания пользователя, но и, как следствие, приводит к так называемой «экономике внимания». Возникающие практики с использованием «больших данных» изменяют привычные способы взаимодействия и свидетельствует о том, что современные технологии могут изменять дизайн поведения индивида.

Одним из самых известных случаев применения «больших данных» и их влияния на общественные представления является история кампании Дональда Трампа, в которой британская организация Cambridge Analytica собрала и проанализировала данные около 50 миллионов (а кто-то называет цифру 87 миллионов) подписчиков социальной сети Facebook, которые позволили мгновенно обращаться к гражданам, живущим в разных уголках страны и мотивировать их на политические действия. В частности, на основе изучения огромного количества различных параметров создавался психологический портрет человека, учитывающий такие важные аспекты, как политические пристрастия, история голосования на предыдущих выборах, особенности потребительских предпочтений, структура медиапотребления и многое другое. Использование персонифицированных данных позволяло найти оптимальный индивидуальный

подход к потенциальному стороннику и максимально выстроить его модель поведения, оказывая при этом необходимое воздействие.

Технологии, способные мобилизовать, или хотя бы вовлечь человека в конструктивное обсуждение «нужных» проблем с каждым днем становятся все более совершенными. На современном этапе они конструируют восприятие обществом социокультурной реальности и формируют необходимые модели поведения. По данным GWI, почти каждый четвёртый интернет-пользователь в возрасте от 16 до 64 лет сегодня использует социальные сети для работы. В рамках данной площадки одной из наиболее распространенных практик социального взаимодействия становятся рекомендательные системы. Они представляют собой комплекс алгоритмов, программ и сервисов, задача которых предсказать, что может заинтересовать человека. Принцип работы любой рекомендательной системы предельно прост. Он базируется на алгоритмах искусственного интеллекта, главной целью которых становится сбор и анализ информации о предпочтениях индивида. В итоге система может обучиться на основе данных прошлых взаимодействий и использовать эту информацию для предоставления персонализированных рекомендаций новых стратегий поведения. По сути это означает, что пространство культуры становится конструкцией, которой очень легко научиться управлять (на какие концерты лучше пойти, какие книги прочитать, какую музыку послушать и т.д.). Такие практики и являются наглядным примером использования социального конструирования, то есть, целенаправленном построении модели поведения при помощи технологических конструктов. Посредством создания цифровых алгоритмов уже сегодня определяются способы участия индивидов в освоении и воспроизводстве воспринимаемой ими социокультурной реальности. Данная проблема хорошо описана в научных трудах профессора В.А. Кутырева, где развивается идея о том, что общей причиной современного цивилизационного кризиса стало обострение противоречия между человеческим и пост-вне-человеческим, получившим название «технологическое нечто» [10]. Идея противопоставления традиционной и цифровой

культуры также представлена у Ч. Гира [11], Н. Бострома [12] и др. исследователей.

Цифровой способ осмысления мира – это, с одной стороны, неизбежный процесс социального развития, с другой – вероятность для человека утратить свое функциональное предназначение в культуре и превратиться из производителя культурных благ в простого потребителя того, что создают машины.

Таким образом, формирующийся под воздействием процесса цифровизации способ социального взаимодействия, кардинальным образом влияет на восприятие картины мира, трансформируя систему социальных связей и изменяя отношение к архаизированным ценностям. Выстраивание новых форм поведения и восприятия информации, где цифровизация и архаизация являются полярными сторонами шкалы социального взаимодействия, приводит к осмыслению границ свободы человека и степени его зависимости от технологического процесса.

Социальное взаимодействие сегодня становится крайне динамичным, и умение оставаться гибкими, не поддаваясь на воздействие технологических, иногда манипуляционных инструментов, может выработаться только при четком осознании цементирующей роли культуры.

Заключение

Применение практик с использованием «больших данных» изменяет привычные способы взаимодействия и свидетельствует о том, что современные технологии могут воздействовать на поведение индивида. Изменяются площадки коммуникации, где человек утрачивает свою субъектность, а его жизнь, несмотря на внешние свободы, становится все более контролируемой. Подобные социальные трансформации заставляют задуматься над тем, что ждет человека в обозримом будущем. Поддастся ли он влиянию технологических воздействий, что, в конечном счете, превратит его в объект культуры, или оставит за собой цементирующую роль в сохранении существующих социокультурных паттернов. Ответ на этот вопрос

будет заключаться в том, насколько новый создающийся цифровой конструктор будет способен к самовоспроизводству культуры.

Список литературы

1. Евстафьев Д. В сетях архаики: пять стратегических векторов конфликта в Сирии // Россия в глобальной политике. 2016. № 3. С. 8-21 .
2. Лекторский В.А. Глобальная цифровизация как антропологический вызов // Человек и системы искусственного интеллекта / Под ред. акад. РАН В.А. Лекторского. СПб: Издательство «Юридический центр», 2022. С. 18–29.
3. Negroponte N. Being Digital, First Vintage Books. <http://governance40.com/wpcontent/uploads/2018/12/Nicholas-Negroponte-Being-Digital-Vintage-1996.pdf> (дата обращения: 20.09.2023).
4. Музыкач В.Ю. Основные направления цифровизации в сфере культуры: зарубежный опыт и российские реалии // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2020. №5. С. 49–63.
5. Астафьева О.Н., Никонорова Е.В., Шлыкова О.В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15, № 5. С. 516–531.
6. Коньков А.Е. Цифровизация политических отношений: грани познания и механизмы трансформации // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2019. Т. 12. № 6. С. 6–28. <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2019-12-6-1>
7. Отчет Digital 2022: Global Overview Report агентства We Are Social / Сайт: Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (дата обращения: 01.11.2022).
8. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. 5-е изд., испр. М.: Кучково поле, 2018. 464 с.
9. Kitchin R. Big Data, New Epistemologies and Paradigm Shifts // Big Data & Society. 2014. Vol. 1. № 1. P. 1-12.
10. Clay Schossow. Using Social Media in Political Campaigns. <http://www.newmediacampaigns.com/about/team/clay-schossow> (дата обращения: 24.01.2019).

11. Кутырев В.А. Человек технологий, цивилизация фальшизма. Санкт-Петербург: Алетейя, 2022. 288 с.
12. Гир Ч. Цифровая контркультура / пер. Д. Галкина // Гуманитарная информатика. 2004. № 1. С. 50-71.
13. Бостром Н. Мы почти наверняка живем в компьютерной симуляции. URL: <https://eco-net.ru/articles/146560-nik-bostrom-my-pochti-navernyaka-zhivem-v-kompyuternoy-simulyatsii> (дата обращения: 22.10.2023).

References

1. Evstaf'ev D. *Rossiya v global'noy politike*, 2016, no. 3, pp. 8-21.
2. Lektorskiy V.A. *Chelovek i sistemy iskusstvennogo intellekta* [Man and artificial intelligence systems] / Ed. by V.A. Lektorsky. SPb: Publishing House "Legal Center", 2022, pp. 18-29.
3. Negroponte N. *Being Digital*, First Vintage Books. <http://governance40.com/wpcontent/uploads/2018/12/Nicholas-Negroponte-Being-Digital-Vintage-1996.pdf>
4. Muzychuk V.Yu. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiyskoy akademii nauk*, 2020, no. 5, pp. 49–63.
5. Astaf'eva O.N., Nikonorova E.V., Shlykova O.V. *Observatoriya kul'tury*, 2018, vol. 15, no. 5, pp. 516–531.
6. Kon'kov A.E. *Kontury global'nykh transformatsiy: politika, ekonomika, pravo*, 2019, vol. 12, no. 6, pp. 6–28. <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2019-12-6-1>
7. *Otchet Digital 2022: Global Overview Report* agentstva We Are Social / Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
8. Maklyuen M. *Ponimanie media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: External Extensions of Man]. M.: Kuchkovo pole, 2018, 464 p.
9. Kitchin R. Big Data, New Epistemologies and Paradigm Shifts. *Big Data & Society*, 2014, vol. 1, no. 1, pp. 1-12.
10. Clay Schossow. *Using Social Media in Political Campaigns*. <http://www.newmediacampaigns.com/about/team/clay-schossow>

11. Kutyrev V.A. *Chelovek tekhnologiy, tsivilizatsiya fal'shizma* [Man of technology, civilization of falsity]. St. Petersburg: Aleteia, 2022, 288 p.
12. Gir Ch. Tsifrovaya kontrkul'tura [Digital counterculture]. *Gumanitarnaya informatika*, 2004, no. 1, pp. 50-71.
13. Bostrom N. *My pochti navernyaka zhivem v komp'yuternoy simulyatsii* [We almost certainly live in a computer simulation]. <https://eco-net.ru/articles/146560-nik-bostrom-my-pochti-navernyaka-zhivem-v-kompyuternoy-simulyatsii>

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Гаспарян Людмила Сергеевна, кандидат политических наук, доцент кафедры философии, культурологии и гуманитарных дисциплин

*Крымский университет культуры, искусств и туризма
ул. Киевская, 39, г. Симферополь, Республика Крым, 295017,
Российская Федерация
llukashevich@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Lyudmila S. Gasparyan, PhD in Political Science, Associate Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Humanities
*Crimean University of Culture, Arts and Tourism
39, Kievskaya Str., Simferopol, Republic of Crimea, 295017, Russian Federation*

llukashevich@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6558-253X>

Поступила 05.11.2023

После рецензирования 25.11.2023

Принята 17.12.2023

Received 05.11.2023

Revised 25.11.2023

Accepted 17.12.2023