

Коммуникативный статус личности в цифровом обществе

УДК 316.77

DOI 10.26425/2658-347X-2022-5-2-33-42

Получено 04.05.2022

Доработано после рецензирования 30.05.2022

Принято 06.06.2022

Чернавин Юрий Александрович

Д-р филос. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории, Государственный университет управления, г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-7848-8646; SPIN-код: 4287-3528

E-mail: uchernavin@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

Процессы цифровизации современного общества меняют значимое соотношение его сфер и структур, выводя на первый план коммуникативное пространство, представляющее в качестве системы коммуникативных статусов людей, групп, организаций, занимающих то или иное место в структуре соответствующих отношений. Этим обстоятельством обусловлена попытка исследования данного феномена в его применении к коммуникативным интеракциям человека, проделанная в статье с позиций теории коммуникативного действия. В качестве основы возникновения коммуникативного статуса личности рассматриваются процессы идентичности и процессы отчуждения, как порождающие, так и ограничивающие, подчиняющие коммуникативную активность индивида. Ее противоречивый характер воплощается в трансформациях субъекта в объект коммуникативных воздействий и наоборот. В ходе анализа, предпринятого в рамках деятельностного подхода, раскрыты сущность и структура коммуникативного статуса в единстве трех ее элементов: коммуникативного положения личности; ее коммуникативной позиции (ориентации); престижа как оценки коммуникативного положения. Взаимодействующие

элементы статуса составляют его объективную и субъективную стороны, локализующиеся одновременно в двух измерениях – цифровом виртуальном коммуникативном пространстве и реальном коммуникативном пространстве. Возникающее двуединство статуса – его важнейшая характеристика применительно к цифровому обществу. Особенности взаимодействия объективного и субъективного в цифровом пространстве раскрываются посредством анализа, с одной стороны, феномена «цифрового двойника», создаваемого в результате обобщения показателей «цифрового следа» человека независимо от его желания или нежелания, с другой стороны – целенаправленного формирования индивидом своего «аватара». Обобщенная оценка коммуникативного статуса личности приводит к выводу об отражении в характеристиках данного феномена процессов индивидуализации, характерных для цифрового социума и свидетельствующих о стремлении индивида к независимому построению собственной коммуникативной траектории, максимальной реализации своих возможностей в качестве субъекта интеракций.

Ключевые слова

Коммуникативное пространство, коммуникативный статус, коммуникативное положение, коммуникативная позиция, коммуникативная ориентация, престиж коммуникативного положения, объективная сторона статуса, субъективная сторона статуса, идентичность, отчуждение, индивидуализация

Для цитирования

Чернавин Ю.А. Коммуникативный статус личности в цифровом обществе // Цифровая социология. 2022. Т. 5, № 2. С. 33–42.

© Чернавин Ю.А., 2022.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



The communicative status of an individual in a digital society

Received 04.05.2022

Revised 30.05.2022

Accepted 06.06.2022

Yriy A. Chernavin

Dr. Sci. (Philos.), Prof. at the Sociology, Management Psychology and History Department, State University Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-7848-8646

E-mail: uchernavin@yandex.ru

ABSTRACT

The processes of digitalization of modern society are changing the significant ratio of its spheres and structures, bringing to the fore the communicative space, which appears as a system of communicative statuses of people, groups, organizations occupying a particular place in the structure of relevant relations. This circumstance determines the attempt to study this phenomenon in its application to human communicative interactions, made in the article from the standpoint of the theory of communicative action. Identity processes and alienation processes, both generating and limiting, subordinating the communicative activity of the individual, are considered as the basis for the emergence of the communicative status of the individual. Its contradictory nature is embodied in the transformations of the subject into the object of communicative influences and vice versa. In the course of the analysis undertaken within the framework of the activity approach, the essence and structure of the communicative status in the unity of its three elements are revealed: the communicative position of the individual; its communicative position (orienta-

tion); prestige as an assessment of a communicative position. The interacting elements of the status constitute its objective and subjective sides, localized simultaneously in two dimensions: digital virtual communicative space and real communicative space. The emerging duality of status is its most important characteristic in relation to the digital society. The peculiarities of the interaction of the objective and subjective in the digital space are revealed by analyzing, on the one hand, the phenomenon of a "digital double" created as a result of generalization of indicators of a person's "digital footprint" regardless of his desire or unwillingness, on the other hand, the purposeful formation of an individual's "avatar". The generalized assessment of the communicative status of the individual leads to the conclusion that the characteristics of this phenomenon reflect the processes of individualization characteristic of digital society and indicate the desire of the individual to independently build his own communicative trajectory, the maximum realization of his capabilities as a subject of interactions.

Keywords

Communicative space, communicative status, communicative position, communicative orientation, prestige of communicative position, objective side of status, subjective side of status, identity, alienation, individualization

For citation

Chernavin Y.A. (2022) The communicative status of an individual in a digital society. *Digital sociology*, vol. 5, no. 2, pp. 33–42. DOI: 10.26425/2658-347X-2021-5-2-33-42



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Под статусом личности в целом понимается место социального субъекта в системе тех или иных отношений: социальных, политических, правовых, коммуникативных, управленческих, должностных и др. Занимаемое место формируется в процессе деятельности и позиционируется посредством соответствующих показателей, совокупность которых демонстрирует статику статуса. Динамическую сторону феномена составляет ролевая деятельность в той или иной сфере, характер которой определяется статусными позициями субъекта.

Свой коммуникативный статус многообразные социальные субъекты обретают в коммуникативном пространстве, представляющем собой систему отношений, возникающих при выработке, передаче, получении информации. Это пространство имеет тотальный характер и образуется соответствующими действиями индивидов, социальных групп, социальных институтов. В цифровом обществе оно своеобразно. Здесь стремительно растет интенсивность коммуникаций, обогащается их содержательное наполнение, представляющее все разнообразие жизнедеятельности. Возникает множество новых коммуникативных контуров, резко возрастает уровень интерактивности, меняются субъект-объектные и субъект-субъектные характеристики взаимодействующих индивидов, объединений, трансформируется их коммуникативный статус.

Концептуальную основу статьи составляют положения о коммуникативном пространстве как целостности связей, имеющих для цифрового общества системообразующий характер, объединяющих его участников социальными отношениями особого – информационного – рода и «расставляющих» их по статусным позициям. Цель статьи – анализ коммуникативного статуса личности, его структуры, обоснование механизмов функционирования.

ЭЛЕМЕНТНАЯ СТРУКТУРА КОММУНИКАТИВНОГО СТАТУСА ЛИЧНОСТИ / ELEMENTAL STRUCTURE OF THE INDIVIDUAL COMMUNICATIVE STATUS

Появление цифрового общества указывает на новый этап в постиндустриальном развитии. Он отличается способом построения общественных отношений, сфер жизнедеятельности и институтов, опирающихся на цифровые методы обработки информации, возникает как результат взаимодействия социальных структур с лич-

ностью нового типа – «человеком информационным» [Чернавин, 2021]. В ходе цифровизации появляются элементы, составляющие технологическую инфраструктуру нового социума: коммуникационные сети, большие данные, алгоритмы, платформы [Добринская, 2021]. При этом с точки зрения темы, значимыми будут два обстоятельства. Во-первых, появляется цифровая виртуальность. В принципе социальные коммуникации, как офлайн, так и онлайн, всегда имели и имеют виртуальный характер. В любом случае субъекты взаимодействуют с явлениями объективного мира опосредованно – с представлениями об этих явлениях, соответствующими когнитивными и социальными моделями, воспринимаемыми с помощью символов. Однако с развитием в передовых странах процессов цифровизации соответствующий аспект виртуальности начинает доминировать в структуре коммуникативного пространства, оставляя интеракции реального мира на вторых ролях. Во-вторых, функционирование инфраструктуры социума посредством цифровых технологий приводит к существованию цифрового общества как «техно-социального организма» [Розин, 2021, с. 53]. В киберпространстве появляются программы и сервисы, выступающие стороной коммуникации и взаимодействующие в этом качестве с людьми.

Данные обстоятельства заставляют по-новому смотреть на феномен коммуникации, оказавшейся для современного социума системообразующим фактором и отношением. «Если фундаментальная битва за определение норм в обществе и применение этих норм в повседневной жизни происходит вокруг формирования человеческого сознания, – подчеркивает М. Кастельс, – то коммуникация является эпицентром этой битвы. Поскольку именно через коммуникацию человеческое сознание взаимодействует с его социальным и естественным окружением» [Кастельс, 2016, с. 20–21]. Проблемы коммуникаций в их связи с природой общества, взаимодействиями людей и социальных групп в социальной теории наиболее ярко и законченно представлены в концепции коммуникативного действия и коммуникативной рациональности Ю. Хабермаса и системно-коммуникативном подходе Н. Лумана. Их теоретические построения соответствуют двум направлениям в исследовании коммуникации – коммуникация как феномен языка (Ю. Хабермас) и коммуникация как система (Н. Луман). В последнем случае весь социальный процесс сводится не к человеку и его взаимодействиям, а к собственно коммуникации как основе общества. Вследствие этого последующие рассуждения о коммуникативном

статусе личности выстраиваются при опоре на методологию Ю. Хабермаса, рассматривающего человека в качестве субъекта и объекта коммуникативного действия.

В этом случае осмысление межличностных коммуникаций предполагает обращение не к структурам, а к идеям, которые рождаются в умах людей и ведут к их взаимодействиям. Интеграционные процессы возникают, когда индивиды и их объединения заняты повседневными делами, стремясь при этом к собственным целям. Ориентируясь в конкретной ситуации на взаимопонимание, человек в то же время осуществляет интенциональную сознательную деятельность. Используя термин Э. Гуссерля, Ю. Хабермас возникающее поле коммуникаций и отношений определяет как «жизненный мир» [Хабермас, 2002]. В его рамках коммуникативные взаимодействия, имеющие в информационном мире потенциал неограниченного распространения, демонстрирующие способы преодоления и территориальных границ, и национальных юрисдикций, приобретают региональный, затем глобальный характер. Узлы коммуникаций, предстающие в виде постоянных контактов и повторяющихся приемов деятельности, преобразуются в социальные, нравственные, правовые нормы, составляя в конечном итоге «системный мир» [Хабермас, 2002] как совокупность институтов, упорядочивающих деятельность людей и социальных групп на всех уровнях организации, как конкретных обществ, так и мирового сообщества в целом.

Субъекты коммуникаций образуют паутину интеракций в рамках обоих «миров», обретают коммуникативный статус, соответствующий архитектуре взаимодействий и обладающий определенной структурой. Основаниями для ее выделения выступают два принципиальных положения: коммуникативный характер возникающих отношений и понимание сути статуса как места (положения) субъекта в системе отношений. Тогда выделение структурных элементов феномена возможно: 1) с точки зрения содержания социальных отношений, отражаемых коммуникативным статусом; 2) путем определения составляющих конструкта «место социального субъекта в системе коммуникативных отношений».

Содержательное наполнение коммуникативных взаимодействий, порождаемых личностью и ее партнерами, отражает многообразие жизнедеятельности и на уровне жизненного мира, и в отношениях с миром системным. Соответствующая информация имеет экономический, политический, культурный, социальный, религиозный, правовой и другие характеры, касается

вопросов образования, здравоохранения, социальных услуг, быта, личных отношений и т.д. Образуя «информационную мозаику», сведения и данные в то же время создают иерархию, отражающую интересы и предпочтения личности. В коммуникативных связях, например, людей пожилых могут доминировать отношения личного характера; в другом случае речь идет преимущественно о коммуникациях профессионального и служебного свойства; в третьем – на первый план выходит сбор в информационных сетях научной информации и т.п. Человек может заинтересованно отслеживать события в политической сфере, активно участвуя в их обсуждении на соответствующих дискуссионных площадках и форумах либо быть вне политики; уделять пристальное внимание социальным программам, предлагаемым государством или вообще не знать их и т.д. Возможности современных баз данных, учитывающих все аспекты «цифрового следа», оставляемого человеком в информационном пространстве, позволяют провести детальный анализ содержания коммуникаций и построить соответствующий коммуникативный профиль личности.

Коммуникативный статус личности в виде ее «места в системе коммуникативных отношений» обладает структурными элементами, которые выделяются при опоре на устоявшийся подход к социальному явлению как единству деятельности, отношений, сознания, а также с позиций диалектики объективного и субъективного. С учетом данных подходов элементами статуса выступают: коммуникативное положение личности; ее коммуникативная позиция (ориентация); престиж как оценка коммуникативного положения.

Коммуникативное положение определяется сложившейся системой коммуникаций, характеризующих место человека, включенного в эту систему. Возникающие информационные отношения имеют объективный характер и складываются в ходе соответствующей коммуникативной деятельности личности. Иначе говоря, индивиды, удовлетворяя свои потребности и интересы, реализуя те или иные социальные функции, «обрастают» многообразными коммуникациями, которые неизбежно пересекаются. Этими точками пересечений и являются положения личностей в коммуникативном пространстве. Каждый индивид формирует свое положение, отличное от положения другого и выражающее взаимность их отношений. Совокупность положений и их динамика выступает своеобразным механизмом, создающим, в конечном счете, структуру коммуникативного пространства социума.

Коммуникативное положение личности можно выяснить, опираясь на анализ количества и социального качества партнеров, составляющих коммуникативную сеть данного индивида. Этот круг общения имеет социальный характер, во многом определяет, наряду с коммуникативным положением, и социальное положение (статус) человека. Поэтому, например, стремление обрести «связи», то есть наладить коммуникации с субъектами высокого социального уровня, характерно для субъекта, реализующего механизмы вертикальной восходящей мобильности.

Особый смысл приобретает коммуникативное положение субъекта в цифровом информационном пространстве. Зачастую человек, как правило, стремящийся к популярности, прилагает большие усилия не столько для умножения количества коммуникаций, сколько для создания сети, в которой он оказывается центром. В этом случае, «излучая» оценки, мнения, аналитику, такой субъект получает высокое статусное измерение (и материальные средства) за счет людей, поддерживающих с ним отношения.

Показатели коммуникативного положения индивида тесно сопрягаются с содержанием коммуникаций. Их совокупность позволяет проанализировать, с одной стороны, характер и силу воздействия, формирующего внутренний мир человека, с другой стороны – параметры существующих личностных качеств, проявляющихся в коммуникации. Показатели коммуникативного статуса коррелируют с характеристиками коммуникативной личности [Мамедов, Коркия, 2018] и в конечном счете трансформируются в соответствующие духовные и социальные качества, становятся элементом структуры личности.

Коммуникативная позиция (ориентация) – это субъективная сторона статуса. Под ней понимается внутреннее определение, осознание, оценка личностью своего положения в коммуникативном пространстве. Опираясь на эти оценки, человек испытывает удовлетворение составом партнеров, размахом аудитории. В противном случае он либо пытается увеличить количество контактов, поднять их социальный уровень, насытить новым содержанием, либо свернуть соответствующую активность, сократить масштабы персонального коммуникативного пространства. Как правило, коммуникативная позиция личности адекватна ее реальному положению в коммуникативном пространстве. В то же время возможны и иллюзорные оценки, неоправданно повышающие либо занижающие объективные статусные индексы.

Престиж как оценка коммуникативного положения личности также принадлежит субъективной стороне статуса. Но данная оценка вырабатывается общественным мнением. Она имеет сравнительный характер и, если высокая, наделяет соответствующее положение в коммуникативном пространстве особой привлекательностью, вызывает у людей стремление достичь этой точки. Это один из действенных регуляторов развития информационного пространства.

Показатели коммуникативного престижа и престижа социального (отражающего место группы в социальной структуре общества) тесно связаны, хотя между ними существуют различия. Соотношение видов престижа составляет отдельную исследовательскую проблему, поскольку эти феномены зачастую необоснованно отождествляются. Кроме того, в информационном мире актуальным оказывается вопрос о значимости, первенстве функциональной роли одного или второго.

КОММУНИКАТИВНЫЙ СТАТУС ЛИЧНОСТИ КАК ЕДИНСТВО ОБЪЕКТИВНОЙ И СУБЪЕКТИВНОЙ СТОРОН / THE INDIVIDUAL COMMUNICATIVE STATUS AS A UNITY OF OBJECTIVE AND SUBJECTIVE SIDES

Занимая определенное статусное положение в системе коммуникаций, личность поддерживает либо изменяет его посредством соответствующей активности. В этом случае речь идет о ролевой деятельности, представляющей динамичную сторону статуса. Ее механизмами являются несовпадения и противоречия, во-первых, между объективной и субъективной составляющей феномена, во-вторых, возникающие в треугольнике: «положение – позиция – престиж».

Анализ данных противопоставлений следует предварить положениями, раскрывающими природу коммуникативных взаимодействий в цифровом информационном пространстве. Прежде всего, коммуникации здесь складываются в виде персональных интеракций, существующих в условиях многообразных технологий: больших данных, искусственного интеллекта, блокчейна, облачных структур и др. Эти технологии создают как возможности, так и необходимости при построении коммуникативных взаимоотношений. Помимо этого, цифровое пространство не является пассивным, предоставляющим лишь поле коммуникации, на котором можно свободно культивировать те или иные связи. Его изначально наполняют информационные структуры, которые создают «держатели» сети «Интернет»: а) владельцы средств массовой информации, группы,

разнообразные государственные и частные органы и организации, имеющие возможность управлять коммуникациями, формировать общественное мнение; б) операторы, влияющие на структуру сетей, регулирующие участие/неучастие в них различных субъектов, устанавливающие правила и нормы коммуникативного взаимодействия; в) многочисленные компании, отдельные разработчики, менеджеры ИТ-корпораций, создающие и совершенствующие технологии, программы, приложения. В итоге личность как субъект коммуникаций в цифровом пространстве оказывается перед лицом объективных обстоятельств, непреодолимый характер которых дает о себе знать при построении связей. Более того, цифровая среда осуществляет предустановленное, несколько размытое, но несомненное воздействие на человека с помощью господствующих дискурсивных практик, изначально отводя ему место не самостоятельного актора, но объекта влияния.

Субъективная составляющая коммуникативного статуса отчетливо проявляется в ходе и результатах соответствующей деятельности, как в реальном измерении, так и в цифровом пространстве. Стремясь к определенному коммуникативному положению, индивид «держит в голове» оценки его связей – свои и общественного мнения, возможные и уже существующие.

Механизмом формирования коммуникативного статуса выступает процесс поиска идентичности. «Под идентичностью, – пишет М. Кастельс, – я понимаю процесс, через который социальный актор узнает себя и конструирует смыслы, главным образом на основе данного культурного свойства или совокупности свойств» [Кастельс, 2000, с. 43]. Здесь же он указывает на возникший в современных условиях кризис первичных – установленных, приписанных – идентичностей и как следствие поиск новых. Процесс поиска развивается во всех сферах бытия, но наиболее перспективен он в киберпространстве, где личность создает свой проект, свой образ – сетевую идентичность. Если виртуальных образов индивида несколько, речь идет множественной идентичности.

Сетевая идентичность, возникающая в ходе коммуникаций, имеет двойственную природу. С одной стороны, она представляет реальные личностные черты, возникающие у человека при ответе на вопрос: кто Я? С другой стороны, работает эффект самопрезентации, создания привлекательного образа, не совпадающего с реальностью, но способного получить при коммуникациях высокие престижные оценки. По сути, речь идет о конструировании симулякров – процессе, описанном Ж. Бодрийяром [2017].

В этих условиях диалектика объективного и субъективного в коммуникативной деятельности раскрывается рядом следующих положений:

- сильные социальные связи, существующие в обществе между группами и институтами, будучи представленными в коммуникативном пространстве, во-первых, дробятся и слабеют, во-вторых, количество этих связей резко возрастает. Личность получает возможность создавать собственные коммуникативные «композиции»;
- в процессе интеракций размываются очертания социокультурной модели, доминирующей в обществе, что повышает индивидуальное авторство каждого субъекта коммуникативного пространства, либо подбирающего культурные координаты под себя, либо их продуцирующего;
- коммуникативное положение личности приобретает условный характер, предстает не как точка пребывания, а скорее, область с некими координатами. Жесткие иерархические структуры маловероятны, преобладают связи сетевого характера;
- коммуникативная активность, направленная на поддержку, повышение статусного положения, предстает как процесс, требующий постоянного возобновления.

Показатели коммуникативного статуса, составляющие его объективную сторону, ощутимо различаются, поскольку принадлежат цифровому либо реальному коммуникативному пространству. Вследствие этого также различными могут оказаться наполнение и нацеленность соответствующих усилий индивида.

ОСОБЕННОСТИ СТАТУСА ЛИЧНОСТИ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА: ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОФЛАЙН- И ОНЛАЙН- АСПЕКТОВ / CHARACTERISTICS OF INDIVIDUAL STATUS IN THE COMMUNICATIVE SPACE OF THE DIGITAL SOCIETY: INTERACTIONS BETWEEN OFFLINE AND ONLINE ASPECTS

Взаимозависимости между положением личности в коммуникативном пространстве, его субъективной оценкой и оценкой престижной, возникающие в цифровом обществе, исключительно сложны и имеют как минимум два измерения.

1. Коммуникации, характерные для человека, складываются офлайн и онлайн. Говоря словами М. Кастельса, они существуют в непересекающихся мирах, разных пространственных формах, возникают в ситуации пространственных «разрывов» [Кастельс, 2000]. Различаются и возможности

обрести то или иное статусное место, и реализация возможностей. Коммуникативный статус офлайн определяется преимущественно принадлежностью человека к социальным группам, характером его жизнедеятельности. Скажем, принадлежность индивида в целом к средним социальным слоям, к определенной профессиональной, возрастной группе будет задавать соответствующий состав и наполнение коммуникаций.

Иное дело коммуникативный статус онлайн. Объективные социальные характеристики личности, несомненно, сказываются при выборе партнеров и наполнении коммуникаций и в этом случае. Однако возможности для самостоятельного построения той или иной конфигурации связей несопоставимы с миром офлайн. Так, Дж. Розенау и М. Фаген обосновывают появление индивида в качестве самостоятельного субъекта интеграционных взаимодействий на всех уровнях социального бытия – микроуровне, региональном, глобальном уровне [Rosenau, Fagen, 2002]. Соответствующие характеристики коммуникативного статуса личности возможны, конечно, преимущественно онлайн. Столь разнообразная, многоуровневая коммуникативная активность современного «человека информационного» находит известное объяснение, в частности, в работах У. Бека, предлагающего концепцию «индивидуального жизненного проекта». В соответствии с ней личностное бытие конструируется как совокупность уникальных траекторий в различных сферах жизни [Beck, 1992]. Таким образом, в условиях цифрового общества индивид формирует свой коммуникативный статус в двух пространственных измерениях: в реальном коммуникативном пространстве и киберпространстве. Приобретаемые статусные характеристики в этом случае соотносятся как частично пересекающиеся объемы.

2. В виртуальном цифровом пространстве личность существует в двух условных ипостасях. Одна из них носит объективный характер и формируется посредством сбора сведений, составляющих «цифровой след» человека и их обработки искусственным интеллектом. В этом случае анализируются все интеракции индивида: профессиональные, коммерческие, бытовые, социальные, образовательные; связанные с производством и трудом, дружескими и родственными отношениями; коммуникации с государственными органами, в сфере торговли, отдыха и туризма, здравоохранения и т.д. Параллельно этому, сомнительному с правовой точки зрения сбору, персональных данных сейчас быстро распространяется вычисление в информационных базах косвенных признаков индивида и их сведение в «профиль пользователя»

или «цифровой профиль гражданина»¹. То есть независимо от желания или нежелания человека создается его «цифровой двойник». Кстати, в информационном обществе государственные и негосударственные социальные институты, представляющие системный мир, все чаще стремятся взаимодействовать не с самой личностью, а с ее «цифровой копией» [Горбунов, 2018]. Показатели коммуникативного статуса в этом случае в значительной мере предопределены уже выстроенной моделью индивида. Соответствующие каналы наполняются информацией не только значимой для человека и с его «подачи», но и навязанной ему в качестве рекламы, в целях манипуляции, а то и мошенничества.

Вторая ипостась личности в цифровом пространстве предстает как созданный ею «аватар». В этом случае главным героем виртуального мира выступает сам «человек информационный». Цифровой Я-образ наполнен собственными мировоззренческими позициями, личностными интересами, установками, мечтами. В данной ситуации максимально реализуется потенциал сетевой виртуальности, более характерной для жизненного мира. Возникающий коммуникативный статус характеризуется теми связями, которые индивид поддерживает, выступая преимущественно в качестве субъекта взаимодействий. Наиболее яркой иллюстрацией данной стороны статуса сегодня является феномен «метавселенной» – цифрового измерения, в котором люди могут взаимодействовать друг с другом и цифровыми объектами через свои «аватары» с помощью технологий виртуальной реальности.

Итак, коммуникативное положение личности в целом есть результат соответствующих взаимодействий в реальном бытии и в цифровом мире. При этом показатели статуса офлайн и показатели, отражающие «цифровой след» онлайн, тесно сопрягаются с характеристиками социального статуса, его экономическими, политическими, культурными индексами. Уровни социального престижа и соответствующего аспекта престижа коммуникативного в целом также совпадают. Оценки, даваемые человеком данным элементом в рамках собственной коммуникативной позиции, в основном соответствуют занимаемому в указанных измерениях положению. Стало быть, принципиального различия между коммуникативным статусом субъекта в реальной жизни и в сети в данном случае нет.

¹ Совет при Президенте Российской Федерации по развитию гражданского общества и правам человека (2021). Цифровая трансформация и защита прав граждан в цифровом пространстве: доклад. Режим доступа: http://www.president-совет.ru/docs/doclad_SPCh.docx (дата обращения: 27.04.2022).

Однако разрыв подобного рода возможен в процессе авторского создания совокупности коммуникативных взаимодействий, целенаправленного конструирования такого цифрового образа, который получил бы высокие престижные оценки в сети. В этом случае человек, фокусируясь на собственных ценностях и стремясь к самовыражению, утверждает себя в качестве глобального субъекта, демонстрирует независимость, творчество, стремление и способности к самоуправлению. С другой стороны, слабеют его связи с реальными группами и организациями, с реальной жизнью в целом. Если помнить о способности характеристик коммуникативного статуса трансформироваться в компоненты структуры личности, то налицо амбивалентный процесс – как формирования самостоятельного субъекта коммуникативного пространства, так и потери субъектности.

Негативные последствия коммуникативной деятельности в киберпространстве возникают как следствие отчуждения. «Под отчуждением, – пишет Э. Фромм, – я понимаю такой тип жизненного опыта, когда человек становится чужим самому себе... Он перестает быть центром собственного мира, хозяином своих поступков; наоборот – эти поступки и их последствия подчиняют его себе» [Фромм, 1966, с. 230]. В процессе отчуждения те или иные качества, силы, практики, результаты деятельности человека, перенесенные в цифровое информационное пространство, преобразуются в факторы, противостоящие ему и подчиняющие его, превращающие индивида из субъекта коммуникаций в объект воздействия. Подобный эффект реализуется и в случае с возникшим в сетях «профилем пользователя», и в ситуации с авторским «аватаром». Формируя собственную коммуникативную позицию, личность, осознанно или нет, но корректирует сетевые интеракции, показатели статуса с оглядкой на существующее коммуникативное положение и связанный с ним престиж.

Возникающий во взаимодействии объективных и субъективных факторов, элементов своей структуры коммуникативный статус личности в постиндустриальном мире выступает как показатель не только положения человека в соответствующих структурах, но и в качестве свидетельства индивидуализации. По З. Бауману, индивидуализация – «освобождение человека от предписаний, унаследованной предопределенности его социальной роли» [Бауман, 2005, с. 290]. Таким образом, основной тренд развития современного коммуникативного пространства, главная тенденция формирования статуса личности в этом

пространстве характеризуется ее творческой, независимой деятельностью при построении собственной коммуникативной траектории. При этом конфигурация взаимодействий в своем ментальном наполнении не может распадаться на секторы, существенно различающиеся, тем более, содержательно противоречащие друг другу. Возможные мировоззренческие, социальные несовпадения цифровых коммуникаций и коммуникаций реальных, в конечном итоге, своем глубинном измерении сводятся к «общему знаменателю», тем самым демонстрируя целостность личности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Коммуникативное пространство появляется как результат взаимодействия людей, их групп и организаций в качестве субъектов и объектов при передаче, обработке и получении информации. В постиндустриальном мире на уровне его цифрового развития эти взаимодействия имеют системообразующий характер и опираются на цифровые методы обработки информации. Основу возникающего коммуникативного пространства составляют межличностные интеракции. Их качественно-количественный, содержательный и структурный анализ позволяет охарактеризовать коммуникативный статус личности. Это ее место в структуре коммуникативного пространства, формирующееся в процессе соответствующей деятельности, характеризующее индивида в качестве субъекта или объекта коммуникаций, получающее определенную престижную оценку, а также самооценку.

Коммуникативный статус личности обладает рядом аспектов, создающих поле для его анализа: а) он демонстрирует, как статику, так и динамику существования и реализации; б) обладает структурой (коммуникативное положение личности, личностная коммуникативная позиция (ориентация), престиж как оценка коммуникативного положения личности со стороны общественного мнения); в) предстает в единстве объективной и субъективной стороны. Обобщение характеристик коммуникативного статуса того или иного индивида позволяет создать коммуникативную модель, раскрывающую тенденции его личностного развития.

Основными механизмами формирования личностью своего коммуникативного статуса выступают процессы поиска идентичности и процессы отчуждения. В цифровом обществе они приобретают своеобразие, связанное с возникновением статуса в двух измерениях, составляющих единое коммуникативное пространство –

в реальной жизни и киберпространстве. Подобное двуединство феномена порождает противоречия, разрешение которых приводит к усилению либо ослаблению характеристик личности как субъекта коммуникаций, ее превращению в объект информационного воздействия.

Однако в целом динамика коммуникативного статуса соответствует процессам индивидуализации, создающим в цифровом обществе условия для самостоятельного проектирования человеком как своих коммуникаций, так и всей жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бауман З. (2005). Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос. 390 с.
- Бодрийяр Ж. (2017). Симулякры и симуляции / Пер. с фр. А. Качалов. М.: Постум, 240 с.
- Горбунов А.С. (2018). Личность и цифровые технологии в информационном массовом обществе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. № 4. С. 8–16. <https://doi.org/10.18384/2310-7227-2018-4-8-16>
- Добринская Д.Е. (2021). Что такое цифровое общество? // Социология науки и технологий. Т. 12, № 2. С. 112–129. <https://doi.org/10.24412/2079-0910-2021-2-112-129>
- Кастельс М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. М.: ГУ ВШЭ. 606 с.
- Кастельс М. (2016). Власть коммуникации: учебное пособие / Пер с англ. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики. 564 с.
- Мамедов А.К., Коркия Э.Д. (2018). Коммуникативный статус личности: методология исследования // Общество: социология, психология, педагогика. № 2. С. 33–40. <https://doi.org/10.24158/spp.2018.2.6>
- Розин В. М. (2021). Человек в контексте перехода от техногенной цивилизации к посткультуре (заметки методолога и культуролога) // Вопросы философии. № 11. С. 51–55. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2021-11-51-55>
- Фромм Э. (1966). Человек одинок // Иностранная литература. № 1. С. 230–233.
- Хабермас Ю. (2002). Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // Теоретическая социология: Антология: В 2 ч. / Пер с англ., фр., нем., ит.; сост. и общ. ред. С.П. Баньковской. М.: Книжный дом «Университет». Ч. 2. 424 с.
- Чернавин Ю. А. (2021). Цифровое общество: теоретические контуры складывающейся парадигмы // Цифровая социология. Т. 4, № 2. С. 4–12. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-4-12>
- Beck U. (1992). *Risk Society Towards a New Modernity*. London: SAGE Publications. 260 p.
- Rosenau J., Fagen M. (202). A new dynamism in world politics: Increasingly skillful individuals? // *International Studies Quarterly*. V. 41, no. 4. Pp. 655–686. <https://doi.org/10.1111/1468-2478.00062>

REFERENCES

- Baudrillard J. (2017), *Simulacra and Simulations*, Trans. from Fr. A. Kachalov, Postum, Moscow, Russia (in Russian).
- Bauman Z. (2005), *The Individualized Society*, Trans. from Eng. Inozemtsev V.L. (ed.), Logos, Moscow, Russia (in Russian).
- Beck U. (1992), *Risk Society Towards a New Modernity*, SAGE Publications, London, UK.
- Castells M. (2000), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Trans. from Eng., HSE University, Moscow, Russia (in Russian).
- Castells M. (2016), *Communication power*, Trans. from Eng., HSE University Publishing House, Moscow, Russia (in Russian).
- Chernavin Yu.A. (2021), “Digital Society: Theoretical Outlines of the Emerging Paradigm”, *Digital Sociology*, vol. 4, no. 2, pp. 4–12, <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-2-4-12>
- Dobrinskaya D.E. (2021), “What is the Digital Society?”, *Sociology of Science and Technology*, vol. 12, no. 2, pp. 112–129, <https://doi.org/10.24412/2079-0910-2021-2-112-129>
- Fromm E. (1966), “Man is lonely”, *Inostrannaya literatura*, no. 1, pp. 230–233 (in Russian).
- Gorbunov A.S. (2018), “Personality and Digital Technologies in Information Mass Society”, *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki*, no. 4, pp. 8–16, <https://doi.org/10.18384/2310-7227-2018-4-8-16>
- Habermas J. (2002), “Relations Between the System and the Life World in the Conditions of Late Capitalism”, In: Bankovskaya S.P. (ed.) *Theoretical Sociology: Anthology: In 2 Parts, P. 2*, Trans. from. Eng., Fr., Ger., It., Moscow, Russia (in Russian).

Mamedov A.K., Korkiya E.D. (2018), "Communicative status of the personality: The research methods", *Society: sociology, psychology, pedagogics*, no. 2, pp. 33–40, <https://doi.org/10.24158/spp.2018.2.6>

Rosenau J., Fagen M. (2002), "A new dynamism in world politics: Increasingly skillful individuals?", *International Studies Quarterly*, vol. 41, no. 4, pp. 655–686, <https://doi.org/10.1111/1468-2478.00062>

Rozin V.M. (2021), "Man in the context of the transition from technogenic civilization to post-culture (notes of the methodologist and cultural scientist)", *Voprosy filosofii*, no. 11, pp. 51–55, <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2021-11-51-55>