

**Главный редактор:** О.В. Крыштановская  
E-mail: olgakryshst@ya.ru

**Заместитель главного редактора:** И.В. Грошев  
E-mail: aus\_tgy@mail.ru

**Ответственный за выпуск:** Л.Н. Алексеева  
E-mail: ln\_alekseeva@guu.ru

**Редактор:** Ю.С. Никитина  
E-mail: ys\_nikitina@guu.ru

**Редактор перевода:** А.В. Меньшиков  
E-mail: av\_menshikov@guu.ru

**Выпускающий редактор и компьютерная верстка:** Е.А. Малыгина  
E-mail: ea\_malygina@guu.ru

**Технический редактор:** О.А. Десятарева  
E-mail: oa\_degtyareva@guu.ru

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Федоров В.В.** – канд. полит. наук, председатель Редакционной коллегии (Всероссийский центр изучения общественного мнения, г. Москва, Россия)

**Василенко Л.А.** – д-р социол. наук, проф. (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия)

**Викторов И.** – д-р филос. наук (Стокгольмский университет, г. Стокгольм, Швеция)

**Грошев И.В.** – д-р психол. наук, д-р экон. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

**Кастуева-Жан Т.** – (Институт международных отношений, г. Париж, Франция)

**Кибакин М.В.** – д-р социол. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)

**Красовский Ю.А.** – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

**Крыштановская О.В.** – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

**Новиков В.Г.** – д-р социол. наук, д-р экон. наук, проф. (Российская академия наук, г. Москва, Россия)

**Стемпень-Кучинская А.** – д-р полит. наук, проф. (Лодзинский университет, г. Лодзь, Польша)

**Фролов С.С.** – д-р социол. наук, проф. (Московский государственный институт международных отношений (Университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации), г. Москва, Россия)

**Миссия журнала** состоит во всестороннем и объективном освещении, оперативном и независимом информировании читателей об исследованиях в сфере цифровой социологии.

### Цели журнала:

— обмен научными сведениями о новых решениях и применении информационных технологий в социологии;  
— широкое обсуждение новых идей в области цифровой социологии – отрасли социологической науки, исследующей роль Интернета и влияние электронных технологий на социальную жизнь в целом;  
— организация международного сотрудничества через обмен научными идеями и привлечение специалистов в области цифровой социологии из разных стран к работе в составе редакционной коллегии и к опубликованию ими своих статей.

Статьи доступны по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная, согласно которой возможно неограниченное распространение и воспроизведение этих статей на любых носителях при условии указания автора и ссылки на исходную публикацию статьи в данном журнале в соответствии с правилами научного цитирования.

Издается в авторской редакции

Ответственность за сведения, представленные в издании, несут авторы

Все публикуемые статьи прошли обязательную процедуру рецензирования

Свидетельство о регистрации средства массовой информации от 24.08.2018  
ПИ № ФС 77-73528

Подписной индекс в электронном каталоге ОАО Агентство «Роспечать» – Я6145  
<https://press.rospress.ru/publications/view/%D0%AF6145/>

Подп. в печ. 17.05.2019 г.  
Формат 60×90/8  
Объем 6,75 печ. л.  
Тираж 1000 экз.  
(первый завод 100 экз.)  
Заказ № 434

Издательство: Издательский дом ГУУ  
(Государственный университет управления)

**Адрес редакции:** 109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99, главный учебный корпус, кабинеты 346 и 345А.

Тел.: +7 (495) 377-90-05

E-mail: ic@guu.ru



**Editor-in-chief:** O.V. Kryshtanovskaya  
E-mail: olgakrysht@ya.ru

**Deputy-editor-in-chief:** I.V. Groshev  
E-mail: aus\_tgy@mail.ru

**Responsible for issue:** L.N. Alekseeva  
E-mail: ln\_alekseeva@guu.ru

**Editor:** Yu.S. Nikitina  
E-mail: ys\_nikitina@guu.ru

**Translation editor:** A.V. Menshikov  
E-mail: av\_menshikov@guu.ru

**Executive editor and desktop publishing:** E.A. Malygina  
E-mail: ea\_malygina@guu.ru

**Technical editor:** O.A. Degtyareva  
E-mail: oa\_degtyareva@guu.ru

---

## EDITORIAL BOARD

**Fedorov V.V.** – Candidate of Political Sciences, chairman of the Editorial board (Russian Public Opinion Research, Moscow, Russia)

**Vasilenko L.A.** – Doctor of Sociological Sciences, prof. (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia)

**Viktorov I.** – PhD (Stockholm University, Stockholm, Sweden)

**Groshev I.V.** – Doctor of Psychological Sciences, Doctor of Economic Sciences, prof. (State University of Management, Moscow, Russia)

**Kastouéva-Jean T.** – (IFRI, Paris, France)

**Kibakin M.V.** – Doctor of Sociological Sciences, prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia)

**Krasovskii Yu.D.** – Doctor of Sociological Sciences, prof. (State University of Management, Moscow, Russia)

**Kryshtanovskaya O.V.** – Doctor of Sociological Sciences, prof. (State University of Management, Moscow, Russia)

**Novikov V.G.** – Doctor of Sociological Sciences, Doctor of Economic Sciences, prof. (Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia)

**Stempen'-Kuchins'kaya A.** – Doctor of Political Sciences, prof. (University of Lodz, Lodz, Poland)

**Frolov S.S.** – Doctor of Sociological Sciences, prof. (MGIMO University, Moscow, Russia)

---

**The mission of the journal** is to provide comprehensive and objective coverage, prompt and independent information to readers about research in the field of digital sociology.

**The aims of the journal:**

- exchange of scientific information on new solutions and application of information technologies in sociology;
- wide discussion of new ideas in the field of digital sociology - a branch of sociological science, that studies the role of the Internet and the impact of electronic technologies on social life in general;;
- organization of international cooperation through the exchange of scientific ideas and the involvement of specialists in the field of digital sociology from different countries to work as part of the editorial board and to publish their articles.

Articles are available under a Creative Commons «Attribution» International 4.0 public license, according to which, unlimited distribution and reproduction of these articles is possible in any medium, specified the author's name and references to the original article publication in this journal in accordance with the rules of scientific citation.



Published in author's edition

The authors are responsible for the information presented in the publication

All published articles have undergone a mandatory review procedure

Certificate of registration of mass media dated 24.08.2018  
ПИ № ФС 77-73528

Subscription index in the electronic catalog of JSC Agency «Rospechat» – Я6145  
<https://press.rospechat.ru/publications/view/%D0%AF6145/>

Signed to print 17.05.2019  
Format 60×90/8  
Size 6,75 printed sheets  
Circulation 1000 copies  
(the first factory 100 copies)  
Print order № 434

Publishing: Publishing house  
of the State University of Management

**Editor's office:** 109542, Russia, Moscow, Ryazanskii Prospect, 99,  
State University of Management, the main academic building,  
office 346 and 345A

Tel.: +7 (495) 377-90-05

E-mail: ic@guu.ru

# СОДЕРЖАНИЕ

## ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

- Актуальные проблемы рефлексии цифровой социальной реальности: переосмысление научных концепций ..... 4  
*Кибакин М.В., Гришаева С.А.*
- От антропоцентризма к социологии вещей и цифровой социологии ..... 10  
*Кибакин С.В.*
- Семиотическое знание о массовой коммуникации Умберто Эко и проблемы познания цифровой реальности ..... 17  
*Смирнова Т.В., Унжакова И.А.*

## ЦИФРОВАЯ СРЕДА

- Исследование современного коммуникативного дискурса пользователей сети «Интернет» в рамках рефлексивной деятельностно-структурной теории коммуникативного действия Юргена Хабермаса ..... 24  
*Гостев А.Н., Белоус О.В.*
- Особенности социологических онлайн-исследований рисков финансового поведения населения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» ..... 32  
*Кибакин М.В.*
- Гиперреальность, симулякры и симуляции в виртуальном пространстве как феномен «антисоциальной» теории Жана Бодрийяра ..... 39  
*Новиков В.Г., Ковалева С. В.*
- Цифровые модели консалт-организации управления в фирме ..... 46  
*Ростовская Т.К., Красовский Ю.Д., Groшев И.В.*

---

# CONTENTS

## DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

- The current problems of the digital reflection of social reality: rethinking scientific concepts ..... 4  
*Kibakin M.V., Grishaeva S.A.*
- From anthropocentrism to sociology of things and digital sociology ..... 10  
*Kibakin S.V.*
- Semiotic knowledge about mass communication Umberto Eco and problems of comprehension of digital reality ..... 17  
*Smirnova T.V., Unzhakova I.A.*

## DIGITAL ENVIRONMENT

- Research of a modern communicative discourse of users of the Internet network within the reflexive activity and structural theory of communicative action of Jurgen Habermas ..... 24  
*Gostev A.N., Belous O.V.*
- Features of online sociological studies of risks of financial behavior of the population in the information and communication network Internet ..... 32  
*Kibakin M.V.*
- Hyperreality, simulacra and simulations in virtual space as a phenomenon of «antisocial» theory by Jean Baudrillard ..... 39  
*Novikov V.G., Kovaleva S.V.*
- Digital models of the consult-organization of management in the company ..... 46  
*Rostovskaya T.K., Krasovskii Yu.D., Groshev I.V.*

---

# ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

---

## Актуальные проблемы рефлексии цифровой социальной реальности: переосмысление научных концепций

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-4-9

Получено 18.02.2019

Одобрено 25.03.2019

Опубликовано 17.05.2019

### Кибакин Михаил Викторович

Д-р социол. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация  
E-mail: tiz8283@mail.ru

### Гришаева Светлана Алексеевна

Канд. психол. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация  
E-mail: grishaeva@bk.ru

## АННОТАЦИЯ

Обоснована необходимость нового прочтения социологических концепций общества риска, сетевого общества, сложного общества и иных научных взглядов на современное общество применительно к процессу институционализации цифровой социологии как специальной социологической теории, учебной дисциплины и особой методологии познания цифровой реальности. Приведены методологические подходы к использованию принципов, идей и категорий различных научных школ, коллективов ученых и отдельных представителей социологической науки к развитию понятийно-категориального аппарата, методического потенциала и инструментария цифровой социологии. Особое внимание уделено рассмотрению концепции социальной сети американского социолога Ричарда Марка Эмерсона в контексте цифровизации. С позиций концепции Ричарда Марка Эмерсона объяснено возникновение новых зависимостей пользователей сети «Интернет» от особой категории субъектов социального взаимодействия: модераторов,

администраторов, владельцев ресурсов, контролирующих государственных органов, а также манипуляторов вниманием людей; специфическая мотивация, проявляющаяся в таких феноменах, как гипертрофированное стремление к самопрезентации (селфи и т.п.); представление искаженного виртуального образа для коммуникации; повышенная активность в обращении к различным ресурсам (интернет-серфинг), а также широкая распространенность мотиваторов и оценочных средств: анонимных комментариев, лайков, постов, репостов, символических поощрений и наград. Кроме того, поведение интернет-пользователей рассмотрено в контексте теории рационального выбора американского социолога Джеймса Сэмюэля Коулмана: при всех рисках виртуального взаимодействия, выбор в пользу интеграции социальных коммуникаций в цифровое пространство, использование интернет-ресурсов для удовлетворения личных и групповых потребностей приносит больше жизненных благ для людей, чем свертывание социальной активности в сети «Интернет».

## Ключевые слова

Цифровая социология, социологические концепции, методология социологии, социальная диагностика, развитие социологических знаний, цифровая социальная реальность.

## Цитирование

Кибакин М.В., Гришаева С.А. Актуальные проблемы рефлексии цифровой социальной реальности: переосмысление научных концепций // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 1. С. 4–9.

© Кибакин М.В., Гришаева С.А., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



---

# DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

---

## The current problems of the digital reflection of social reality: rethinking scientific concepts

DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-4-9

Received 18.02.2019

Approved 25.03.2019

Published 17.05.2019

### Kibakin Mikhail

Doctor of Sociological Sciences, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

E-mail: tiz8283@mail.ru

### Grishaeva Svetlana

Candidate of Psychological Sciences, State University of Management, Moscow, Russia

E-mail: grishaeva@bk.ru

## ABSTRACT

Need of new reading of sociological concepts of society of risk, network society, complex society and different scientific views on modern society in relation to process of an institutionalization of digital sociology as special sociological theory, subject matter and special methodology of knowledge of digital reality has been substantiated. Methodological approaches to use of the principles, the ideas and categories of various schools of sciences, groups of erudite and certain representatives of sociological science to development of the conceptual and categorial device, methodical potential and tools of digital sociology have been adduced. Special attention has been paid to the consideration of the concept of social network of the American sociologist Richard Mark Emerson in the context of digitalization. From positions of the concept of Richard Mark Emerson emergence of new dependences of users of Internet network on special category of subjects socially of interaction – moderators,

administrators, owners of resources, the controlling public authorities and also manipulators of people's attention has been explained; the specific motivation, which reveals itself in such phenomena as hypertrophied aspiration to the self-presentation ("selfie", etc.); representation of the distorted virtual image for communications, hyperactivity in the appeal to various resources ("Internet surfing") and also prevalence of motivators and estimated means – anonymous comments, "likes", posts, reposts, symbolical encouragement and awards. Besides that, the behavior of Internet users has been considered in the context of the theory of the rational choice of the American sociologist James S. Coleman: at all risks of virtual interaction, the choice for integration of social communications into digital space, use of Internet resources for satisfaction of personal and group needs brings more vital benefits for people, than folding of social activity in the Internet network.

## Keywords

Digital sociology, sociological concepts, sociology methodology, social diagnostics, development of sociological knowledge, digital social reality.

## For citation

Kibakin M.V., Grishaeva S.A. The current problems of the digital reflection of social reality: rethinking scientific concepts (2019) Digital sociology, 2 (1), pp. 4–9. doi: 10.26425/2658-347X-2019-1-4-9



Социологическое знание в настоящее время находится в процессе динамичного развития, что отражают бурные дискуссии ученых и практиков социологических конгрессов, на площадках которых представляются широкой научной общественности научные теории, рефлексии существующие аспекты функционирования и развития современного общества.

Научный арсенал современных социологических концепций позволяет: представить целостную методологическую основу для дальнейшей институционализации цифровой социологии, развития ее понятийно-категориального аппарата; на основе релевантных методик осуществить диагностику социальных феноменов виртуального пространства, особых социальных коммуникаций в сети «Интернет»; осмыслить становление особых социальных страт, социальных институтов и организаций цифрового пространства.

Характеризуя научное пространство социологических теорий, которые могут стать базой научной рефлексии трансформации традиционного общества в общество постмодерна, а также сетевое, цифровое и сложное общество, выделим следующие содержательные области научного социологического знания:

- теории и концепции рефлексивного модерна (Э. Гидденс и др.) в части понимания качественных изменений природы социальных отношений, включенных в контекст развития виртуальных социальных коммуникаций;

- системного осмысления процессов развития социума (Н. Луман) в части определения синергии офлайн- и онлайн-взаимодействия, как основы понимания качественных изменений в современном социуме;

- концепций мирового общества риска (У. Бек и др.) с выделением рисков институциональной индивидуализации, факторов космополитических парадоксов, ошибок и ловушек в части рискологической характеристики сети «Интернета», опасностей и уязвимостей коммуникаций в цифровом пространстве;

- концепции рационализации общества, дисциплинарного общества (М. Фуко), макдональдизации общества (Дж. Ритцер) в части понимания игровой формы презентации интернет-контента, особенностей нормирования и социального контроля в сети «Интернет»;

- концепции доверия (П. Штомпка) в современном сложном обществе в части определения содержания и границ доверия в процессе взаимодействия, осуществления в виртуальном пространстве социальных практик людьми и использования ими интернет-ресурсов;

- другие области научного социологического знания.

Особое внимание привлекает концепция социальной сети американского социолога Р.М. Эмерсона

(1925–1982), который исследовал феномен сложных многоуровневых социальных контекстов, в том числе социальных сетей (Emerson, 1981).

Изучение виртуального социального взаимодействия, социальной структуры и социальных отношений в сети «Интернет» предполагает переосмысление научных взглядов Р.М. Эмерсона, адаптацию его методического инструментария в процессе осмысления теоретико-методологических проблем и реализации исследовательских проектов в этой сфере. Важно использовать при этом следующие методологические положения ученого:

- 1) зависимость является источником власти, что корреспондирует с возникновением в настоящее время новых зависимостей пользователей сети «Интернет» от особой категории субъектов социального взаимодействия: модераторов, администраторов, владельцев ресурсов, контролирующих государственных органов, а также манипуляторов вниманием людей;

- 2) неопределенность вознаграждения в условиях социального обмена порождает специфическую мотивацию, что проявляется в таких феноменах, как гипертрофированное стремление к самопрезентации (селфи и т.п.), представление искаженного виртуального образа для коммуникаций, повышенная активность в обращении к различным ресурсам (интернет-серфинг), а также широкая распространенность мотиваторов и оценочных средств (анонимные комментарии, лайки, посты, репосты, символические поощрения и награды).

Весьма плодотворной представляется удачная попытка Р. Эмерсона представить посредством математической формализации новый теоретико-методологический аппарат диагностики социальной власти (Emerson, 1964). Адаптация этого подхода к проблематике цифровой социологии может быть произведена, в частности по отдельным компонентам научных построений Р.М. Эмерсона.

Во-первых, при общем подходе к пониманию социального взаимодействия власть актора А над актором Б тождественна зависимости актора Б от актора А, что обеспечивается взаимодействием переменных «баланс» и «относительность власти». Цифровые коммуникации объясняются этим тождеством, если установлена прямая взаимовыгодная связь между участниками социальных сетей.

Во-вторых, особое социальное взаимодействие возникает при властном преимуществе актора А над актором Б (в предельном случае – абсолютное доверие). В этом случае чем больше актер Б зависит от актора А в плане получения тех или иных вознаграждений, тем больше вероятность, что актер А использует свой ресурс давления на актора Б, не предоставляя при этом взамен вознаграждения вообще, то есть нарушая взятые на себя обязательства.

Применяя этот случай к сети «Интернет», необходимо обратить внимание на попытки обеспечить монопольное положение со стороны производителей компьютерной техники, поисковых систем, а также наиболее распространенных социальных сетей, которые применяют сомнительные в юридическом и моральном смысле, недобросовестные практики лишения возможности пользователей осознанного, свободного и реализуемого без неприемлемых затрат выбора альтернативных информационно-технологических и коммуникативных средств интеграции в сеть «Интернет». Зависимость выражается также в том, что большинство интернет-пользователей не имеют необходимых знаний о работе поисковых машин: например, о том, что «в любых результатах поиска представлена только часть информации» (Интрона, Нюсбаум, с. 24). Как следствие, велика вероятность потребления пользователями именно того контента, который выгоден его владельцам и поставщикам интернет-услуг.

В целом, концепция Р. Эмерсона способна придать необходимую методологическую устойчивость социальной диагностики цифровизации общественных отношений и особого виртуального пространства самоосуществления человека, обогатить исследовательский инструментарий цифровой социологии, что обуславливает внимание к новому прочтению его научного наследия.

Научный интерес для развития цифровой социологии представляет и новое прочтение теории рационального выбора американского социолога Дж.С. Коулмана (1926–1995) (Coleman, 1982).

В связи с тем, что сеть «Интернет» все чаще выступает в качестве финансово-экономической платформы движения денежных средств, экономических связей и цифровой хозяйственной деятельности, а также инструмента продвижения политических интересов, использование механизмов рационального выбора субъектов виртуального взаимодействия становится все более актуальным, приводя, в том числе, к неизбежной асимметрии богатства и власти, вызванной цифровым неравенством.

Научные взгляды Дж.С. Коулмана, которые развивают и обогащают теорию социального обмена путем интерпретации социальной жизни с позиций принципов теории игр, утверждают объяснительный принцип социальной активности человека цифрового мира исходя из рационально выбранной стратегии поведения, которая, по их мнению, будет более эффективна в плане достижения конечного результата.

Методологические основы теории рационального выбора могут быть развиты применительно к задачам познания сетевого сложного общества и цифровых коммуникаций.

Весьма важно понимание введенного ученым принципа особого методологического индивидуализма (Coleman, 1990), включающего в себя взаимосвязанные суждения:

1) диагностика содержания новых макросоциальных реалий виртуальных коммуникаций в контексте учета характера социальных практик, складывающихся в ходе воздействия макрофакторов процесса цифровизации на социальные практики использования людьми интернет-ресурсов на микроуровне;

2) необходимо учитывать особенности виртуального взаимодействия на микроуровне между индивидуумами – пользователями социальных сетей онлайн;

3) учитывать эффекты влияния факторов микроуровня на макрореалии, центральным из которых является восприятие потребителя интернет-контента, как упрощенного, редуцированного социального субъекта: экономического человека, платежеспособного клиента, homo economicus (Дж. Коулман).

Также существенная характеристика концепции Дж. Коулмана проявляется в трактовке выбора как оптимизационного процесса, который рационален в своей основе. При всех рисках виртуального взаимодействия, например, таких как недостоверная информация, хакерские угрозы, информационная перегруженность, выбор в пользу интеграции социальных коммуникаций в цифровое пространство, использование интернет-ресурсов для удовлетворения личных и групповых потребностей приносит больше жизненных благ для людей, чем свертывание социальной активности в сети «Интернет». Некоторые исследователи считают сеть «Интернет» «новой формой общественного пространства и общественным благом» (Интрона, Нюсбаум, с. 16).

Цифровая социология в целом может органично впитать в себя концептуальные и методические компоненты концепции рационального выбора для системного изучения социальных феноменов, которые возникают в связи с все большим проникновением цифровых технологий в развитие сферы функционирования социума.

Свое место в современной концепции цифровой социологии могут занять и научные наработки французского социолога Л. Тевено (род. 1949 г.), который посвятил свое творчество экономическим аспектам развития социологической мысли (Тевено, 2004).

Ученый в частности обратил внимание на такую особенность социальных взаимодействий в процессе развития современного предпринимательства в цифровую эпоху, как множественность направленных вовлеченности социальных акторов в экономические отношения. Это обуславливает тот факт, что акторы должны понимать особые когнитивные форматы социальных коммуникаций, в том числе в виртуальном пространстве, которые должны следовать

принципу реализма, а также должны быть способны к адекватной интерпретации природной среды и артефактов. Понятно, что это в полной мере относится к социальной активности предпринимателей в сети «Интернет», которая стала во многом производственной и маркетинговой инфраструктурой современных экономических практик.

Важное методическое значение для проведения социальной диагностики в рамках проблематики цифровой социологии имеет мысль Л. Тевено о том, что характер социальных сетей зависит как от стратегии поведения акторов, так и ценностно-нормативной системы, которой они придерживаются. При этом каждый порядок обоснования ценности находится в конфликтных отношениях с другими порядками.

Применяя этот подход к исследованию явлений и процессов виртуального пространства можно предположить, что он позволит выявить факт наличия, а также причины разногласий и конфликтов в социальных сетях. Так, знания, мышление и поведение модераторов социальных сетей, которые детерминируются внутренними регламентами и корпоративными правилами, объективно отличаются от ценностей и установок потребителей интернет-контента, которые выступают за более широкую свободу поведения и доступа к различным (в идеале ко всем) ресурсам.

В качестве методического средства изучения современных экономических отношений в цифровой сфере, предложенного Л. Тевено, можно рассматривать в цифровой социологии его же деление способов координации институциональных конфликтов в корпорациях на рыночные и индустриальные. Адаптируя это положение к социальной диагностике, можно привлечь понятийно-категориальный аппарат социологии времени, теории стрел времени, так как рыночная координация редуцируется к настоящему (непосредственный онлайн-контакт в виртуальной

сфере), а индустриальная – к перспективам, будущему («выращивание» новых поколений интернет-пользователей, начиная с виртуальных игр для самых маленьких, подростковых гаджетов и профессиональных сервисов).

Новое прочтение наследия Л. Тевено способно существенно насытить методологию и методику цифровой социологии для функционирования и развития системной научной информации.

Несомненно, что научные теории, концепции, разработки и опыт экспериментальных проектов значительного числа социологов ждут пытливых исследователей на предмет переоткрытия в контексте развития современной социологической мысли, в том числе для эффективной научной рефлексии развития сетевого общества и цифровой экономики.

Таким образом, развитие цифровой социологии во многом зависит от способности ученых и практиков максимально полно использовать потенциал социологических концепций, творчески применять подходы различных ученых к осмыслению цифровой детерминанты структуры, функционирования и динамики социума. Научная школа ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» активно участвует в этой работе и тем самым способствует институционализации цифровой социологии в качестве специальной социологической теории.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Интрона Л.Д., Нюсбаум Х.* (2006). Формирование сети: почему важна политика поисковых машин / Интернет в общественной жизни. М.: Идея-Пресс. С. 12–38.
- Коулман Дж.* (2001). Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. №3. С. 121–139.
- Тевено Л.* (2004). Организационная комплексность: конвенция координации и композиция экономических образований // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН. С. 403–425.
- Coleman J.S.* (1982). *The Asymmetric Society*. Syracuse, N.Y. Syracuse University Press.
- Coleman J.S.* (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Harvard University Press.
- Emerson R.M.* (1964). Power-Dependence Relations: Two Experiments // Sociometry. № 27. Pp. 31–41.
- Emerson R.M.* (1981). SocialExchange Theory // Social Psychology: Social Perspectives. N.Y. Pp. 335–362.

## REFERENCES

- Introna L. D., Nissenbaum H. (2006), "Formirovanie seti: pochemu vazhna politika poiskovykh mashin" [Formation of network: why the policy of search engines is important], *Internet v obshchestvennoi zhizni*, Ideya-Press, Moscow, pp. 12-38.
- Coleman Dzh. (2001), "Kapital sotsial'nyi i chelovecheskii" ["Capital social and human"], *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no 3, pp. 121–139.
- Teveno L. (2004), Organizatsionnaya kompleksnost': konventsiya koordinatsii i kompozitsiya ekonomicheskikh obrazovaniy [Organizational complexity: convention of coordination and composition of economic educations], *Zapadnaya ekonomicheskaya sotsiologiya: Khrestomatiya sovremennoi klassiki*, ROSSPEN, Moscow, Russia, pp. 403–425
- Coleman J.S. (1982), *The Asymmetric Society*, Syracuse, N.Y. Syracuse University Press.
- Coleman J.S. (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge: Harvard University Press.
- Emerson R.M. (1964), Power-Dependence Relations: Two Experiments, *Sociometry*, no 27, pp. 31–41.
- Emerson R.M. (1981), *Social Exchange Theory*, Social Psychology: Social Perspectives, N.Y., pp. 335–362.

# От антропоцентризма к социологии вещей и цифровой социологии

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-10-16

Получено 30.01.2019      Одобрено 22.02.2019      Опубликовано 17.05.2019

**Кибакин Сергей Викторович**

Канд. пед. наук, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: kibakin61@mail.ru

## АННОТАЦИЯ

Раскрыт генезис социально-гуманитарного и социологического знания, а именно: понимание и изучение феномена человеческой жизни, ее биологических, витальных, информационных и социальных аспектов. Обоснована закономерность трансформации антропоцентризма под влиянием развития науки и техники, появления концепции пост-гуманизма. Приведены примеры техногенных катастроф, применения оружия массового уничтожения как социальных фактов, оказавших существенное влияние на развитие человечества. Показаны условия возникновения объектно-ориентированной социологии и социологии вещей, раскрыты некоторые научные подходы в рамках этой концепции Грэма Хармана, Бруно Латура и его последователей. Отдельно раскрыты методические подходы акторно-сетевой теории, выделен основной из них. Отдельно описаны методологические основы познания мира вещей в рамках объектно-ориентированной социологии, связанные с отказом от противопоставления пар понятий «социум и природа», «истина – не-истина»,

«структура и процесс» и другие. Показана связь этой теории с социологией перевода. Дана характеристика проблем развития научно-методологической базы цифровой социологии в условиях изменения содержания социальных связей «человек – машина» на примере информационно-коммуникационной сети «Интернет». Среди них выделены проблемы делегирования цифровым технологиям все больше полномочий в решении сложных социотехнических проблем, глобальная централизация управления цифровыми ресурсами, появление виртуальных акторов социального взаимодействия. Приведены конкретные примеры использования акторно-сетевой теории для интерпретации процессов и явлений взаимодействия пользователей интернет-ресурсов с отдельными компонентами сети «Интернет». Отдельно выделены перспективные направления научных исследований в этой сфере, связанные с феноменами интернета вещей и нейронета.

## Ключевые слова

Антропоцентризм, жизнь, социология вещей, Бруно Латур, Грэм Харман, цифровая социология.

## Цитирование

Кибакин С.В. От антропоцентризма к социологии вещей и цифровой социологии // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 1. С. 10–16.



# From anthropocentrism to sociology of things and digital sociology

DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-10-16

Received 30.01.2019    Approved 22.02.2019    Published 17.05.2019

## Kibakin Sergei

Candidate of Pedagogical Sciences, The Russian State University of Justice, Moscow, Russia

E-mail: kibakin61@mail.ru

## ABSTRACT

The genesis of socio-humanitarian and sociological knowledge, namely: understanding and studying the phenomenon of human life, its biological, vital, informational and social aspects has been revealed. The regularity of the transformation of anthropocentrism under the influence of the development of science and technology, the emergence of the concept of post-humanism has been substantiated. The examples of man-made disasters, the use of weapons of mass destruction, as social facts, that had a significant impact on the development of mankind, have been adduced. The conditions for the emergence of object-oriented sociology and the sociology of things have been shown, some scientific approaches have been disclosed within the framework of this concept of Graham Harman, Bruno Latour and his followers. Separately, the methodological approaches of the actor-network theory have been disclosed, the main one has been highlighted. Separately, the methodological foundations of cognition of the world of things have been described within the framework of object-oriented sociology, related to the

rejection of opposing pairs of the concepts "society and nature", "truth is non-truth", "structure and process" and others. The connection of this theory with the sociology of translation has been shown. The characteristic of the problems of development of the scientific and methodological base of digital sociology in the context of changing the content of social relations "man - machine" on the example of the information and communication network Internet has been given. Among them, have been allocated the problems of delegation to digital technologies, more and more powers in solving complex socio-technical problems, the global centralization of digital resources management, the emergence of virtual actors of social interaction. The author reduces specific examples of the use of actor-network theory to interpret the processes and phenomena of interaction between users of Internet resources with individual components of the Internet. Separately, promising areas of research in this area, related to the phenomena of the Internet of things and neuronet, have been highlighted.

## Keywords

Anthropocentrism, life, sociology of things, Bruno Latour, Graham Harman, digital sociology.

## For citation

Kibakin S.V. From anthropocentrism to sociology of things and digital sociology (2019) Digital sociology, 2 (1), pp. 10-16. doi: 10.26425/2658-347X-2019-1-10-16



Характерной чертой современной социально-гуманитарной научной жизни является активное обсуждение процессов цифровизации, искусственного интеллекта, изменения роли технологий в самоосуществлении человека, удовлетворения им базовых потребностей. Закономерно в связи с этим обратиться к феномену трансформации научной концепции антропоцентризма в условиях новой цифровой реальности, ее влияния на появление концепций цифрового общества, его институтов и организаций, а также институционализации соответствующих им специальных социологических теорий (Молевич, 1997; Осипов, Кабыща, Тульчинский, 1995; Ядов, 2003, с. 37–43), к которым можно отнести и цифровую социологию.

Это отражает тезис М. Вебера, который гласит, что «...там, где с помощью нового метода исследуется новая проблема и тем самым обнаруживаются истины, открывающие новые точки зрения, возникает новая «наука» (Вебер, 1990, с. 364).

Достаточно плодотворным для понимания сущности проблем современных социальных отношений, опосредованных цифровыми технологиями, виртуальными формами коммуникаций, является их раскрытие на основе научных взглядов на человека и человеческую жизнь в соотношении с материальным миром, усложняющимися технологиями организации жизнедеятельности людей в современном сложном обществе.

Восходящий к античности принцип понимания Протагором<sup>1</sup> человека как меры всех вещей можно раскрыть на примере содержания социально-гуманитарного знания, которое по своей сути является обращением к различным аспектам понимания человека, общества, человечества, цивилизации как особых феноменов, отличающихся, отделившихся от природы, от материального мира.

Великие титаны научной мысли эпохи Просвещения, современные ученые – носители гуманистической традиции глубоко и доказательно раскрывали онтологический стержень современного понимания человеком мира, как представленного именно ему во всей полноте именно человеческого восприятия.

Однако, начиная с середины XX в., все настойчивее стали звучать голоса ученых о том, что усложненные механизмы, устройства на различных принципах функционирования, различные технологии не могут восприниматься, хотя бы из соображений безопасности, как нечто совершенно инертное, лишённое потенциала активности, как полностью подконтрольное человеку.

Важным моментом стало появление и реальное применение ядерного оружия. Помимо слабо прогнозируемой разрушительной силы этого современного

средства массового поражения, в том числе с точки зрения отдаленных последствий (радиоактивное заражение, экологические катастрофы, мутации, лучевая болезнь, изменение электромагнитных полей земного шара и т.д.), необходимо отметить многочисленные аварии и жертвы в процессе его изготовления. Природа тяжело раскрывает свою суть, а человечество дорого платит за подчинение себе материального мира.

Вторая катастрофа поистине вселенского масштаба – авария на Чернобыльской АЭС в 1979 г. – была связана уже с мирным использованием ядерных технологий. Это дало дополнительный импульс для научных исследований границ познания материальных объектов и созданных на их базе технологий.

В связи с этим закономерно оформление особого взгляда на сущность человеческой жизни в соотношении с тем, что ею не является (не-жизнь), переосмысление отношения к материальным объектам, что связано с концепцией объектно-ориентированной социологии, которая может быть рассмотрена в качестве частного случая объектно-ориентированной онтологии Грэма Хармана (Коротков, 2017; Harman, 2002).

Большое распространение также получили научные взгляды Б. Латура, которые легли в основу концепции социологии вещей. Вместе со своими сподвижниками М. Каллоном и Дж. Ло Б. Латур разработал акторно-сетевую теорию (англ. actor-network theory; далее – ANT). В своих трудах он изложил новое понимание социальных связей между человеком и вещами (Латур, 2006; 2013; 2014; 2018).

Б. Латур разработал своеобразную «общую теорию относительности» для наук социально-гуманитарного цикла, которая определяется как «ирредукционизм». Методический принцип познания окружающего мира в рамках акторно-сетевой теории заключается в том, что исследователь не должен в своем познании опираться на априорные различия: человеческое и не-человеческое; природное и культурное; макро и микро и другие. Это, как считают приверженцы теории, позволяет социологу более свободно редуцировать социальные практики, смелее формулировать выводы акторов научной деятельности по характеристикам комплексных феноменов, включающих в себя взаимодействия социальных, биологических, символических, информационно-цифровых и иных процессов.

В научной среде ANT называется также социологией перевода (англ. sociology of translation). Этим указывается ее принадлежность к особому подходу в научных исследованиях, который реализовал потребности в изучении институтов науки, а также используемых в ней технологий различного характера. Реализация этого подхода предполагает рассмотрение следующих объектов:

<sup>1</sup> Протагор. Энциклопедия Кольера // Словари. – Режим доступа: <http://endic.ru/colier/Protagor-5546.html> (дата обращения: 21.01.2019).

- артефакты;
- технические комплексы;
- животные и другие, как самодостаточные реальные компоненты социального взаимодействия.

Акторно-сетевая теория тем самым при анализе социального взаимодействия, социальных отношений, социальных коммуникаций предполагает рассматривать не-людей (англ. non-humans) в качестве реально действующих агентов в социальных системах и отношениях, а также в рамках материально-семиотического своего компонента. При этом происходит одинаковое описание двух групп отношений:

- между различными вещами, которые являются по своему содержанию материальными;
- между используемыми в социальном взаимодействии понятиями, представляющими семиотическое содержание.

Изучение коллективных социотехнических процессов вошло в предметно-объектную ANT. Так, производство научных знаний в рамках теории:

- объясняется вне рамок научного реализма, не через концепт природы и соответствующего категориального аппарата, а также вне рамок теории социального конструктивизма, не через концепт культуры;
- рассматривает науку в качестве процесса гетерогенной инженерии;
- социальные компоненты, технические конструкты, концептуальные построения и текстуальные смыслы интегрирует и преобразует для использования в компоненты, соединяет вместе в целях познания.

Характеризуя ANT, необходимо отметить следующие ее особенности:

- относится к антиэссенциалистским подходам (отрицающим возможность создания удовлетворительной теории искусства) (Хлебалин, 2003) к познанию реальности;
- отрицает различие знаний, науки от артефактов, технологий;
- в рамках ее методологического подхода не происходит противопоставления таких феноменов и отражающих их понятий, как «социум и природа», «истина и не-истина», «структура и процесс», «коннотация и текст», «человек и не-человек», «власть и знание» и других;
- глобальные феномены «природа», «общество», «субъективность», «структура», «факт», «вымысел» производятся посредством совместной активности людей и не-людей.

В силу универсальности акторно-сетевой теории, ее методологические установки являются предпочтительными при изучении процессов существенных трансформаций, в ситуациях изменчивости и неопределенности сущности, статуса и роли акторов, нормы социального взаимодействия и отношений более широкого круга акторов различной природы.

В связи с этим ANT имеет наибольшую объяснительную силу при исследовании ситуаций, характеризующихся как «неопределенные», «текущие», «с высоким уровнем энтропии», «рискогенные». При этом акторно-сетевая теория не редуцирует действия акторов, отношения между ними, использует присущий им язык описания взаимодействия, так как в рамках этой концепции методологический и методический аппарат обладает большей гибкостью по сравнению с традиционными теориями.

Используя методологические и методические подходы объектно-ориентированной социологии для изучения информационно-коммуникационной сети Интернет как инфраструктуры глобальных виртуальных коммуникаций человечества, используемых в ней цифровых технологий, можно отметить, что этот современный Левиафан – своеобразный виртуальный ансамбль пользователей интернет-ресурсов – также может рассматриваться как определенная «вещь в себе», как особая самовоспроизводящаяся реальность.

Во-первых, все больше пользователей компьютерной техники и интернет-сервисов делегируют полномочия по хранению, преобразованию и использованию личных данных виртуальному облаку (облачные технологии), анонимным администраторам, модераторам социальных сетей, виртуальным специалистам: консультантам, педагогам, врачам, дизайнерам, юристам и т.д. Те в свою очередь концентрируют все большие объемы информации в хранилищах больших данных, которые становятся в силу глобальности содержащихся в них сведений и приближения к пределам человеческого восприятия «вещью в себе».

Во-вторых, настройка и обновление программных продуктов, а также несанкционированный обмен информацией персональных компьютеров и других цифровых девайсов, – этих искусственных объектов, адаптированных к человеческому восприятию, с дружественным интерфейсом, имеющих внутреннюю структуру, созданных для удовлетворения определенных функций пользователя интернет-ресурсов, – с центральными сервисами, а значит и центрами управления, приобретает всеобъемлющий характер. Практически каждый человек включен в глобальную сеть информационно-технологического, цифрового контроля.

В-третьих, в интернет-коммуникациях все большую роль начинают играть виртуальные субъекты: виртуальные собеседники, боты, анонимайзеры, а также скрытые от посторонних лиц субъекты социального взаимодействия.

В-четвертых, само виртуальное пространство превратилось во многом в самонастраиваемую маркетинговую среду, которая воспринимает пользователя в качестве потребителя и предлагает разнообразные

продукты, которые просчитываются машинными алгоритмами и используют весь арсенал воздействия на психику, сознание и поведенческие паттерны человека.

В-пятых, бурно развиваемые цифровые технологии берут на себя все большее число бизнес-решений. Так, если совсем недавно среднее время нахождения акций у держателей составляло несколько лет, то сейчас биржевые платформы сокращают это время до минут, а игру на разнице курсов до долей секунд. В этих условиях человеческая реакция на бизнес-процессы проигрывает безличным средствам действия на рынке, которые обеспечивают реальную прибыль.

Имеются и другие примеры повышения автономности и, соответственно, рискогенности цифровой технологической платформы человеческой жизнедеятельности. Таким образом, эта платформа, а также ее отдельные компоненты вполне могут стать объектом изучения социологии – как на общеметодологическом уровне, так и в рамках частных, специальных и отраслевых теорий, среди которых особо выделяются социология вещей, а также цифровая социология.

Используя методологический аппарат социологии вещей, как проекции акторно-сетевой теории Б. Латура к изучению цифрового общества, виртуального пространства, можно сделать следующие выводы:

- информационно-коммуникационная сеть Интернет – воплощение «коллективных социотехнических процессов». Это следует из глобальной включенности в ее инфраструктуру всего человечества, которое оказалось способно к социально-культурной коммуникации на унифицированной цифровой платформе;

- в виртуальном взаимодействии не-людей рассматривают в качестве действующих агентов в социальных системах и отношениях». Так, для пользователей Интернета вполне естественным является коммуникация под псевдонимами (никами, аватарами), с указанием недостоверных социально-демографических характеристик. Одновременно в качестве реальных генераторов виртуальных субъектов коммуникаций рассматривают так называемые ботофермы.

Во многом безличными являются алгоритмы поисковой оптимизации (англ. search engine optimization, SEO), которые определяют как совокупность мероприятий, проводимых для оптимизации внутренних и внешних процессов обращения пользователей с запросами на сайт, что позволяет повысить узнаваемость и рейтинг сайта в результате реализации алгоритмов поисковых интернет-систем и иных исследовательских цифровых технологий;

- цифровая социология, в соответствии с постулатами ANT, сходным способом отражает отношения между вещами (они же материальные феномены) и между понятиями, символами (они же семиотические феномены), ведь в Интернете используют

виртуальные, символические средства коммуникации, которые, однако, по своему характеру и последствиям реально воздействуют на сознание, поведение, эмоции и удовлетворение потребностей пользователей интернет-контента;

- социальные сети в виртуальном пространстве представляют собой определенную сеть разнородных (гетерогенных) компонентов, соединенных совокупностью социальных и иных практик, имеющих в природе и обществе. Это связано с тем, что виртуальное пространство, как адаптированная под «человека-пользователя» область коммуникации, вобрало в себя большое количество технологий из различных сфер научного знания и практики: социально-психологических, информационных, организационных, административных, социо-биологических и иных.

Учитывая бурное развитие интернет-коммуникаций, трансформацию имеющихся и появление новых социальных феноменов в цифровом пространстве, можно предположить, что использование акторно-сетевой теории в целях их социальной диагностики может быть весьма полезным в развитии концепции интернета вещей (англ. internet of things, IoT).

В своей основе интернет вещей – это концепция вычислительной сети физических предметов (вещей), которые оснащены встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой. Эта концепция предполагает, что организацию таких сетей как феномен, способный трансформировать социально-экономические процессы, которые в силу развития цифровых технологий и повышения возможностей самоорганизующихся технических систем, реализуются без непосредственного участия человека, социального актора. Сущность этой концепции раскрывается отечественными учеными в научной литературе достаточно широко (Лагутенков, 2018).

Еще больше научных проблем в социологическом описании цифрового общества появляется на этапе его развития, который может быть охарактеризован, как эпоха нейронета (англ. NeuroNet, NeuroWeb, Brainet), называемая также Web 4.0.

Чаще всего под нейронетом понимают предполагаемый этап развития информационно-коммуникационной сети Интернет, сутью которого станет взаимодействие участников (людей, животных, интеллектуальных агентов) на принципах нейрокоммуникаций. Предположительно, этот этап наступит в 2030–2040 гг. Важно отметить, что в рамках российской Национальной технологической инициативы нейронет определен в качестве одного из ключевых рынков, требующих развития и государственной поддержки. В отечественном научном дискурсе различные аспекты этой проблематики нашли свое

отражение в соответствующих научных работах<sup>2</sup> (ред. Моров, 2014; Тулинов, 2015; Шукин, 2014).

Вышеизложенное не означает, что антропометрический дискурс в науке изжил себя. Он остается в рамках гуманистической парадигмы познания природы и общества и позволяет в условиях активной цифровизации отношений различных по своей природе феноменов сохранять отношение к человеку, человеческой жизни, как демиургу социальной реальности.

<sup>2</sup> Публичный аналитический доклад по направлению «Нейротехнологии» // Федеральный реестр экспертов научно-технической сферы. М., ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ, 2014. – Режим доступа: <https://extech.ru/files/reports/neuroscience.pdf> (дата обращения: 21.01.2019).

Таким образом, современная противоречивость методологической базы научной рефлексии базовых понятий жизни, значения субъектности человека, трансформации смысла и содержания его социальных взаимодействий посредством современных цифровых технологий, использования цифровой инфраструктуры объективно формирует запрос на специфический методологический и методический аппарат познания современной реальности сетевого, цифрового и открытого общества, свое место в котором вправе занять цифровая социология.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Латур Б. (2006). Нового времени не было. Эссе по симметричной антропологии (сборник). Спб., Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.
- Латур Б. (2013). Наука в действии. Спб., Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.
- Латур Б. (2014). Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М., Издательский дом Высшей школы экономики.
- Латур Б. (2018). Политика природы. Как привить наукам демократию. М., Ad Marginem Press.
- Вебер М. (1990). Объективность социально-научного и социально-политического познания. Избр. произв. М., Прогресс.
- Коротков М.Ю. (2017). Грэм Харман и метафизика вещей/Философия и культурология: актуальные вопросы и особенности научного вклада. Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции «Философия и культурология: актуальные вопросы и особенности научного вклада», Москва, 30 июня 2017 г. Научно-издательский центр «Открытое знание». С. 30–44.
- Лагутенков А.А. (2018). Тихая экспансия интернета вещей//Наука и жизнь. № 5. С. 38–42.
- Молевич Е.Ф. (1997). К вопросу о структуре современного социологического знания//Социологические исследования. № 6. С. 3–8.
- Моров А.В. [отв. ред.] (2014). Психофизические и социально-психологические аспекты взаимодействия в системе «человек – машина». Материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Психофизические и социально-психологические аспекты взаимодействия в системе «человек-машина», Ижевск, 09–10 июня 2014 г.
- Осипов Г.В., Кабыща А.В., Тульчинский М.Р. и др. (1995). Социология. Учебник для вузов. М., Наука. С. 67-69.
- Тулинов Д. (2015). Нейронет: Технологии влезают нам в мозг//Кот Шрёдингера. № 7–8. С. 7–24.
- Хлебалин А.В. (2003). Эссенциализм и антиэссенциализм в модальной логике//Философия науки. № 2. С. 34–46.
- Шукин Т. (2014). Нейронет: коммуникационная среда следующего поколения//Technowars. № 5. С. 66–85.
- Ядов В.А. (2003). Стратегия социологического исследования. М., Академкнига, Добросвет.
- Harman G. (2002). Tool-Being: Heidegger and the Metaphysics of Objects. Open Court, Chicago.

## REFERENCES

- Khlebalin A.V. (2003), “Essentsializm i antiessentsializm v modal’noi logike” [“Essentialism and anti-essentialism in modal logic”], *Philosophiya nauki*, no 2, pp. 34–46.
- Korotkov M.Yu. (2017), “Grem Kharman i metafizika veshchei” [“Graham Harman and metaphysics of things”], *Filosofiya i kul'turologiya: aktual'nye voprosy i osobennosti nauchnogo vklada. Sbornik nauchnykh trudov po materialam I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii “Filosofiya i kul'turologiya: aktual'nye voprosy i osobennosti nauchnogo vklada”*, Moscow, Russia, June 30, 2017, Nauchno-izdatel'skii tsentr «Otkrytoe znanie», pp. 30–44.
- Lagutenkov A.A. (2018). “Tikhaya ekspansiya interneta veshchei” [“Quiet expansion of the Internet of things”], *Nauka i zhizn'*, no 5, pp. 38–42.
- Latur B. (2006), *Novogo vremeni ne bylo. Esse po simmetrichnoi antropologii (sbornik)* [There was no New time. Essay on symmetrical anthropology (the compendium)], Izdatel'stvo Evropeiskogo universiteta v Sankt-Peterburge, Saint Petersburg, Russia.
- Latur B. (2013), *Nauka v deistvii* [Science in action], Izdatel'stvo Evropeiskogo universiteta v Sankt-Peterburge, Saint Petersburg, Russia.

Latur B. (2014), *Peresborka sotsialnogo: vvedenie v aktorno-setevuyu teoriyu* [Social Reassembly: an introduction to actor-network theory], Izdatel'skii dom Vyshei shkoly ekonomiki, Moscow, Russia.

Latur B. (2018), *Politika prirody. Kak privit naukam demokratiyu* [Politics of nature. How to instill democracy in the Sciences], Ad Marginem Press, Moscow, Russia.

Molevich E.F. (1997). "K voprosu o strukture sovremennogo sotsiologicheskogo znaniya" ["On the structure of modern sociological knowledge"], *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no 6, pp. 3–8.

Morov A.V. (ed.) (2014), *Psikhofizicheskie i sotsialno-psikhologicheskie aspekty vzaimodeystviya v sisteme "chelovek – mashina* [Psychophysical and socio-psychological aspects of interaction in the human – machine system], *Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Psikhofizicheskie i sotsialno-psikhologicheskie aspekty vzaimodeystviya v sisteme "chelovek – mashina"*, Izhevsk, Russia, June 09–10, 2014.

Osipov G.V., Kabysheva A.V., Tul'chinskii M.R. i dr. (1995), *Sotsiologiya. Uchebnik dlya vuzov* [Sociology. Textbook for universities], Nauka, Moscow, Russia.

Tulinov D. (2015), "Neironet: Tekhnologii vlezayut nam v mozg" ["Neuronet: Technology got us to the brain"], *Schrodinger's cat*, no 7-8, pp. 7–24.

Shchukin T. (2014), "Neironet: kommunikatsionnaya sreda sleduyushchego pokoleniya" ["Neuronet: communication environment of the next generation"], *Technowars*, no 5, pp. 66–85.

Veber M. (1990), *Ob "ektivnost' sotsialno-nauchnogo i sotsialno-politicheskogo poznaniya. Izbr. proizv.* [Objectivity of socio-scientific and socio-political knowledge. Elected. prod.], Progress, Moscow, Russia.

Yadov V.A. (2003), *Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya* [Strategy of sociological research], Akademkniga, Dobrosvet, Moscow, Russia.

Harman G. (2002), *Tool-Being: Heidegger and the Metaphysics of Objects*, Open Court, Chicago.

## TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

<sup>1</sup> *Protagoras. Collier's Encyclopedia* [Entsiklopediya Kol'era], Dictionaries. Available at: <http://endic.ru/colier/Protagor-5546.html> (accessed 21.01.2019).

<sup>2</sup> *Public analytical report on the direction of "Neurotechnology"* [Publichnyi analiticheskii doklad po napravleniyu "Neirotekhologii"], Scientific Research Institute – Federal Research Centre for Projects Evaluation and Consulting Services. Available at: <https://extech.ru/files/reports/neuroscience.pdf> (accessed 21.01.2019).

# Семиотическое знание о массовой коммуникации Умберто Эко и проблемы познания цифровой реальности

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-17-23

Получено 05.02.2019 Одобрено 19.03.2019 Опубликовано 17.05.2019

## Смирнова Татьяна Вячеславовна

Д-р социол. наук, ЧУ ОО ВО «Медицинский университет  
«Реавиз», г. Самара, Российская Федерация

E-mail: smirnovasar@mail.ru

## Унжакова Изабелла Александровна

Студент, ФГБОУ ВО «Государственный Университет  
Управления», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: smirnovasar@mail.ru

## АННОТАЦИЯ

Классические социологические теории обладают огромным потенциалом для объяснения социальных объектов, явлений и процессов, в том числе происходящих в современном информационном обществе. К числу авторов таких теорий принадлежит и Умберто Эко – итальянский ученый, литературный критик, публицист, писатель. В статье раскрыты некоторые аспекты научного наследия Умберто Эко о семиотическом анализе, знаках и интерпретации их значений, массовой коммуникации применительно к задачам изучения виртуальных коммуникаций, сети «Интернет», сетевого общества и цифровой экономики. Подробно рассмотрено такое явление, как визуальная коммуникация: в естественном языке значение оказывается заданным заранее, в визуальном – вырабатывается по мере получения сообщения. Предполагается, что не все коммуникативные феномены можно объяснить с помощью лингвистических категорий. Отдельно проведено описание методических компонентов концепции массовой

коммуникации ученого, в которой утверждается, что посредством массовой культуры можно сформировать у принимающей инстанции определенный культурный код, противоположный коду передатчика. Представлены результаты интерпретации первичных данных социологического исследовательского проекта ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», на основании которых можно сделать вывод о том, что молодые люди выходят за рамки важных социокультурных норм общения, что может вызвать искажение знаков, кодов образа виртуального собеседника и привести к опасной ситуации. Обоснован вывод о возможностях использования научного метода Умберто Эко в цифровой социологии для социальной диагностики содержания и специфики коммуникации в сети «Интернет», которая позволяет особым образом репрезентировать различные стороны своего реального или желаемого «Я», создавать идентичности через множество виртуальных персонажей.

## Ключевые слова

Умберто Эко, семиотическое знание, массовые коммуникации, цифровая реальность, Интернет, социальная диагностика.

## Цитирование

Смирнова Т.В., Унжакова И.А. Семиотическое знание о массовой коммуникации Умберто Эко и проблемы познания цифровой реальности // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 1. С. 17–23.



# Semiotic knowledge about mass communication Umberto Eco and problems of comprehension of digital reality

DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-17-23

Received 05.02.2019    Approved 19.03.2019    Published 17.05.2019

## Smirnova Tat'yana

Doctor of Sociological Sciences, Medical university "Reaviz",  
Samara, Russia

E-mail: smirnovasar@mail.ru

## Unzhakova Isabella

Student, State University of Management, Moscow, Russia

E-mail: smirnovasar@mail.ru

## ABSTRACT

Classical sociological theories have enormous potential for explaining social objects, phenomena, and processes, including those taking place in a modern informational society. Among these classics is owned Umberto Eco - an Italian scholar, literary critic, publicist and writer, is among those classics. Some aspects of the scientific heritage of Umberto Eco about semiotic analysis, signs and interpretation of their meanings, mass communication in relation to the tasks of studying virtual communications, the Internet, network society and the digital economy have been revealed. The phenomenon of "visual communication" has been considered in detail: in natural language, the value is predetermined, in the visual it is generated as the message is received. It is assumed that not all communicative phenomena can be explained using linguistic categories. Separately, a description of the methodological components of the concept of mass communication of the

scientist has been made: it is argued that by means of mass culture a certain cultural code opposite to the transmitter code can be formed at the receiving instance. The results of the interpretation of the primary data of the sociological research project of the State University of Management have been presented, on the basis of which it can be concluded, that young people go beyond the important sociocultural norms of communication, which can cause distortion of signs and image codes of the virtual interlocutor and lead to a dangerous situation. The conclusion about the possibilities of using the scientific method of Umberto Eco in digital sociology for social diagnostics of the content and specificity of communications on the Internet, which allows to represent different aspects of your real or desired "I", to create identities through many virtual characters, has been substantiated.

## Keywords

Umberto Eco, semiotic knowledge, mass communications, digital reality, Internet, social diagnostics.

## For citation

Smirnova T.V., Unzhakova I.A. Semiotic knowledge about mass communication Umberto Eco and problems of comprehension of digital reality (2019) Digital sociology, 2 (1), pp. 17–23. doi: 10.26425/2658-347X-2019-1-17-23



В современной социологической науке весьма актуальным является использование потенциала классических теорий для изучения современных процессов цифровизации общества, развития коммуникации в виртуальном пространстве, осмысление новых феноменов сетевого социума.

К числу современных социологов, которые в той или иной степени рассматривали вопросы трансформации социальной организации, социальных отношений общества в процессе развития сетевых коммуникаций, возрастания значения символического отражения действительности, что важно для понимания новых феноменов в виртуальном пространстве, принадлежит У. Эко (1932–2016).

Не случайно его научное наследие вошло в сферу интересов отечественных ученых, педагогов и практиков, которые в своих публикациях раскрыли и представили научной общественности научные взгляды У. Эко на развитие современной культуры (Куртиева, 2017; Мачужак, 2006; Саенко, Яралиева, 2009), сущности и значения семиотической теории (Михалев, 2017), использование понятия знаков и их значений в познании социальной реальности (Пронина, 2013), семиотические аспекты медиалогии (Куртиева, 2018; Михалев, 2017; Саландина, Черноперов, 2016; Федоров, 2010) и другие.

У. Эко выдвинул важное методическое условие проведения социальной диагностики процесса социального взаимодействия, которое заключается в том, что далеко не все коммуникативные феномены можно объяснить с помощью лингвистических категорий.

Одной из важных заслуг У. Эко является разработка и введение в научный оборот теории семиотики. Свою роль при этом сыграли его ранние научные интересы, связанные с изучением теории и практики эстетики средних веков, а также литературоведческие изыскания. Отправной точкой в разработке своей оригинальной теории является критика некоторых положений структурализма. Несогласие ученого прежде всего связано с онтологическим подходом к структуре. Он указывает, что в природе, а также в культуре нет неких протоструктур. В этом смысле в соответствии со взглядами У. Эко структура должна рассматриваться не как объект исследования, а скорее в методологическом плане – в качестве объяснительной модели. В концепции У. Эко модели метафорично определяются как «чистые оперативные фикции». Традиционно для своего научного метода ученый иллюстрирует свой подход примерами из анализа стилей архитектуры, направлений в живописи, музыкальных стилей, форм кино, социальной практики в области рекламы, карточных игр.

При построении своей семиотической концепции У. Эко использует некоторые научные наработки Ч.С. Пирса (когнитивно-интерпретативный подход),

а также Л. Ельмслева (структуралистский подход). Это позволяет ему выстроить свою методологию на основе перевода статического понимания кодов в рамках структурализма в процесс конструирования значений, в интерпретацию, то есть в динамический процесс. При этом происходит уточнение используемых понятий и введение новых: «неограниченный семиозис», «унивокальность», «интерпретант» и другие.

Важным элементом его научного метода является визуальная коммуникация. По мысли У. Эко, иконический знак является континуумом, то есть обладает непрерывностью, неразрывностью процессов, явлений, преемственности в развитии процессов коммуникации. В связи с этим в нем невозможно вычленивать дискретные смысловоразличительные элементы, подобные существующим в естественном языке. Иными словами, в естественном языке значение оказывается заданным заранее, в визуальном оно вырабатывается по мере получения сообщения.

Знаки рисунка, по мысли У. Эко, лишены самостоятельного однозначного значения, а определяются только в контексте. Соответственно, если следовать концепции ученого, интерпретация социальных реалий посредством коммуникативных процедур делает их содержание относительным. Так, фото или телевизионная съемка включает множество кодирующих процедур, которые фиксируют определенную часть реальности (отбор объектов, угол съемки, траектория движения камеры и другие).

В связи с этим социальная диагностика визуального знака предполагает определение следующих типов его характеристик:

- а) оптические – видимые;
- б) онтологические – предполагаемые, условные, которые У. Эко понимает как иконографические коды того времени.

В ходе углубленных изысканий в рамках теории иконического знака У. Эко изучал сущность и различные аспекты семиотики на общенаучном и частных уровнях. В его понимании существуют следующие различия между кодами и иконическим знаком:

- первые используются при интерпретации знаков, а вторые воспроизводят обстоятельства восприятия акторами социальных и иных феноменов;
- первые являются универсальными, а вторые культурно обусловлены.

Особенностью научного метода У. Эко явилось апробация методологических и методических основ его концепции для интерпретации искусств, которые относятся к категории «визуальных», а именно: искусство кино, искусство архитектуры и др.

В арсенал методических средств цифровой социологии с полным основанием может быть включена стандартная прикладная модель У. Эко, которая усилена понятием лексикокодов или вторичных кодов,

под которыми, в свою очередь, понимают разного рода дополнительные коннотативные значения, которые известны не всем, а только отдельным социальным группам.

В семиотической концепции У. Эко выделяет теорию кодов и теорию производства знаков.

По мнению ученого, существуют следующие виды кодов:

- так называемые однозначные коды, в которых определенная совокупность сигналов соответствует знаковой упорядоченной совокупности (ученый приводит пример азбуки Морзе);
- обозначаемые как семиотические коды (S-коды), которые соответствуют организации языка, его структуре.

При характеристике «S-кодов» становится возможным использовать концепцию Ф. де Соссюра о разделении речи (в том числе языковых актов) и языка (в форме грамматики, синтаксиса, системы). Универсальность предлагаемого У. Эко подхода позволяет использовать также концепцию Л. Ельмслева по разделению языка на планы выражения и планы содержания. Поняв плодотворность выделения «S-кода», У. Эко продолжает выделение его подвидов, к которым относятся:

- денотация (если высказывание понимается буквально);
- коннотация (если возникает код в коде).

«S-код» в концепции У. Эко обладает следующими характеристиками:

- имеет более динамический характер, чем в лингвистике Ф. де Соссюра;
- смысл законодателя, в качестве которого может быть слово или образ, не зависит от предполагаемого нами реального материального, социального или символического объекта (в электронной почте законодатель «собака» не является эквивалентом реального объекта – конкретной собаки); коды появляются и используются в контексте социальной и культурной жизни.

На основе этого подхода У. Эко легко переходит к понятию «культурные единицы» как знаки, которые продуцирует социальная практика. К ним, в частности, относятся:

- возникающие у читателя образы, которые интерпретируют книги;
- конкретизирующие сущность взаимодействия ответы, которые интерпретируют нечеткие вопросы;
- слова, которые интерпретируют сущность и содержание дефиниций, и наоборот.

У. Эко отвергает некоторые постулаты теории Г. Фреге и теории Э. Гуссерля, обозначая свою позицию в следующих подходах:

- для него важность социальных аспектов знаков выше, чем отношения знаков к реальным объектам;

- развитие общества зависит преимущественно от культурных единиц, которые, по утверждению ученого, «универсум коммуникации пустил в обращение вместо вещей», а не от материальных (в том числе природных) объектов.

Соответственно, законодатель предоставляет информацию о содержании и смысле культурной единице. При этом теория кодов, в понимании У. Эко, рассматривает статус знака как культурной единицы. Соответственно, она может объяснить:

- разные смыслы всевозможных знаков;
- связь производимых смыслов с уровнем компетентности носителя языка;
- содержание, направленность и скорость создания смыслов.

Характеризуя более подробно феномен компетентности, У. Эко утверждает, что код соответствует ее уровню сформированности у носителя языка. При этом парадоксальным является то, что в случае, если код используется «некомпетентно» (неправильно, несоответствующе существующим нормам и правилам), то у носителя языка появляется возможность поменять смысл взаимодействия, например, превратить его в юмористическую ситуацию. Соответственно, феномены смеха, допущенной лжи, разыгрывания трагедии и других элементов социального взаимодействия фундаментальны для семиотической концепции и понимания кода. При этом они же при семантическом подходе исключаются из понятия языка.

Априори присущая социуму и коммуникациям в нем сложность детерминирует ситуацию, при которой семантическое поле вовлечено во «множественные смещения». Из этого следует, что бинарное понятие кода в принципе невозможно. На основе этих постулатов У. Эко предлагает «модель Q», которая является моделью языкового творчества. В рамках этой модели новая информация может быть выведена из нечетких исходных данных. При этом основные лингвистические коды по У. Эко составляют «сложную сеть субкодов».

Самостоятельный интерес представляет научный метод У. Эко исследования коммуникации в рамках массовой культуры. Его основной постулат состоит в том, что для изменения влияния сообщения не нужно менять его содержание, а достаточно изменить код чтения. При рассмотрении текстов массовой культуры, они оказываются написаны одновременно как автором, так и читателем. В связи с этим ученый утверждает, что посредством массовой культуры можно сформировать у принимающей инстанции определенный культурный код, противоположный коду передатчика.

Коды и субкоды У. Эко находит в сообщениях в общей культурной рамке, которая определяет сумму знаний получателя сообщения, к которым относятся:

- идеологические ориентации;
- этические принципы;
- религиозные убеждения;
- психологические установки;
- вкусы;
- система ценностей и другое.

Обращают на себя внимание научные наработки У. Эко по исследованию социальных феноменов «постмодернизм» и «массовая культура», а также их взаимодействия. Так, постмодернизм, по мнению У. Эко, может рассматриваться не столько во временном континууме, сколько в рамках духовных практик, как духовное состояние. Постмодернизм в этой связи можно рассматривать как некую игру с определенными правилами. Актеры социо-культурного процесса могут быть включены в игру только в том случае, если они отторгают иронию постмодернизма и серьезно относятся к интерпретации текста. Это следует из понимания модернизма как концепции новаторства, новизны, изменений. В противоположность ему массовая культура оперирует предустановленными моделями, паттернами, схемами. По мнению У. Эко, различие в дуальности «высокая эстетика» и «массовая эстетика» в рамках теории постмодернизма уменьшается. Культурное поле, в соответствии с этим обстоятельством, рассматривается в качестве символического производства («холистский подход»), при котором обе этих культуры могут заменять друг друга, а также взаимно дополнять общую картину мира и духовную сферу общества.

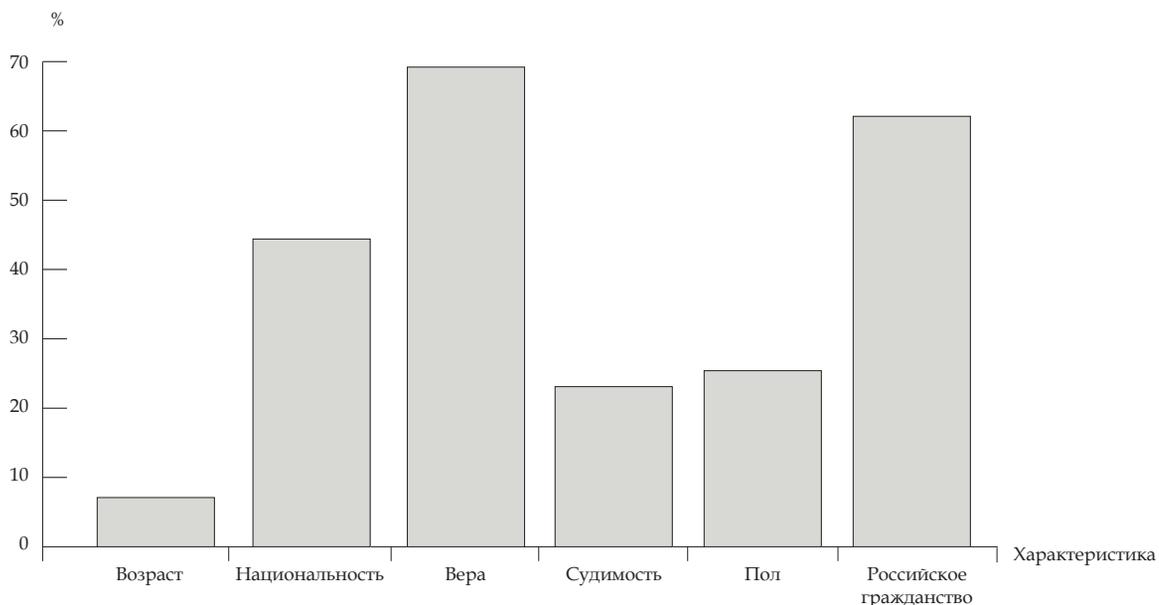
Существенный вклад в науку внесен У. Эко в рамках разработки концепции интерпретации. Так, широко известен его методический прием, связанный с введением понятия «идеальный читатель», который способен понимать множественность вариантов интерпретации

предлагаемого текста. Однако, по мнению ученого, количество интерпретаций не бесконечно, хотя и очень высоко. Ограничение интерпретаций по У. Эко заложено в структуре текста; сам «идеальный читатель» не является совершенным, а скорее только движется в сторону адекватной интерпретации.

Ученый настаивал, что язык в процессе его использования участвует в конструировании реальности, а не просто отражает ее. В связи с этим понятным становится изменение его методических подходов к анализу текстов, связанных с отказом от всеобщих интерпретаций и классификаций, использования метода «коротких историй» с описанием локальных форм социальной деятельности, социального опыта. Этот переход У. Эко объяснял увеличивающейся фрагментированностью и дифференциацией знания, при котором становится затруднительным суммировать относительно автономные фрагменты результатов социальной диагностики.

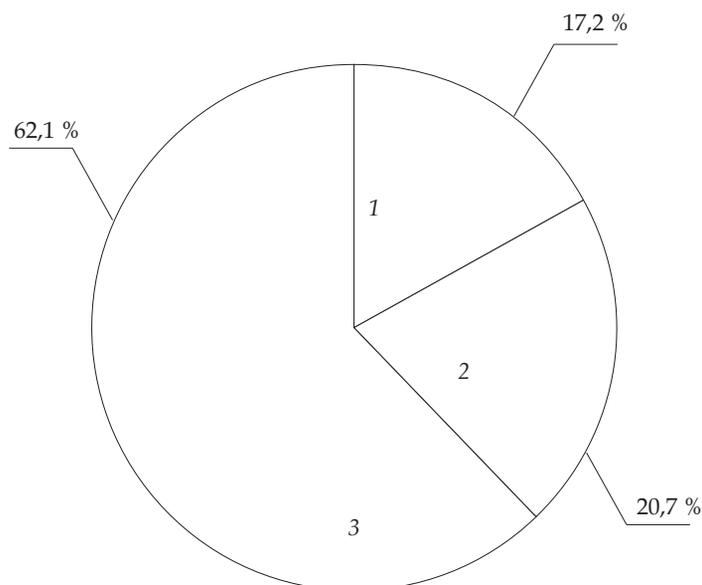
При исследовании социальной активности молодежи в виртуальном пространстве весьма важным является определение особенностей установок пользователей интернет-ресурсов по восприятию репрезентирующих характеристики «цифрового собеседника». Научные подходы У. Эко, основанные на учете «культурной рамки» восприятия могут быть весьма успешно применены в этих целях.

Так, при интерпретации первичных данных осуществленного в ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» под руководством кандидата психологических наук, доцента С.А. Гришаевой (научный консультант – доктор социологических наук, доцент М.В. Кибакин) исследовательского социологического проекта «Молодежь цифрового мира»,



Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 1. Незначимость характеристик субъектов виртуальных коммуникаций, %**  
**Figure 1. Insignificance of the characteristics of the subjects of virtual communications, %**



1 - Неоднократно; 2 - Один раз; 3 - Не было

Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 2. Риск-опыт возникновения угрозы от виртуального собеседника**  
**Figure 2. Risk-experience of a threat occurrence from a virtual interlocutor**

в ходе которого опрошено 843 респондента из числа студентов московских вузов, представляющих жителей 17 субъектов Российской Федерации и с ошибкой выборки  $\Delta = 3,2 \%$ , были изучены с позиций У. Эко оценки респондентов незначимости некоторых социально-демографических характеристик людей, с которыми они осуществляют виртуальную коммуникацию (рис. 1).

На основании анализа этих данных можно сделать вывод о том, что молодые люди выходят за рамки важных социо-культурных норм общения, что может вызвать искажение знаков, кодов образа виртуального собеседника и привести к опасной ситуации. Так, религиозная принадлежность в интернет-коммуникациях не важна для 69,2 % молодых людей, как и наличие российского гражданства (не важно для 62,1 %). Почти половина респондентов (44,4 %) отрицает важность знания национальности человека, с которым вступает в виртуальный контакт. Каждый четвертый заявляет, что ему не важен пол субъекта коммуникации в сети «Интернет» (25,4 %), а также наличие у него судимости (23,1 %). Одновременно возраст человека, с которым осуществляется виртуальное взаимодействие, представляет гораздо большую важность. Отрицают необходимость знания возрастных характеристик субъекта интернет-коммуникации лишь 7,1 %.

Учет этих установок и поведенческих особенностей социальной активности молодежи в сети «Интернет» тем более важен в соотнесении с их риск-опытом (рис. 2).

Каждый третий (37,9 %) респондент указал на то, что в его жизни был случай, когда при общении в сети «Интернет» он почувствовал угрозу, опасность от своего виртуального собеседника, при этом 17,2 % утверждают, что это происходило неоднократно.

Тем самым неверная оценка молодыми людьми степени опасности неполного «кодирования» социо-культурных характеристик субъекта виртуальных коммуникаций ведет к созданию предпосылок для возникновения повторных угроз в процессе социальной активности в сети «Интернет». Ведь «культурные единицы», как утверждает У. Эко, (в нашем случае социо-культурные характеристики людей) суть знаки, которые социальная жизнь представила в распоряжение человека:

- образы, интерпретирующие книги;
- ответы, интерпретирующие двусмысленные вопросы;
- слова, интерпретирующие дефиниции и наоборот (Lechte, 1998).

В целом концепция семиотического анализа У. Эко может быть весьма эффективно использована в цифровой социологии для социальной диагностики содержания и специфики коммуникаций в сети «Интернет», которая позволяет особым образом репрезентировать различные стороны своего реального или желаемого «Я», создавать идентичности через множество виртуальных персонажей. При этом характеризуемый научный подход учитывает сознательность и творческий характер социальной и личностной идентификации в электронной коммуникации,

роли и места в ней средств репрезентации, то есть умению человека порождать высказывания на языке виртуального взаимодействия.

Таким образом, важные аспекты социальных коммуникативных процессов в сети «Интернет» могут быть диагностированы, а затем и интерпретированы

на основе научной концепции У. Эко. Его взгляды на семиотические аспекты функционирования общества смогут стать основой для развития важных компонентов цифровой социологии в части научной рефлексии особенностей взаимодействия в виртуальном пространстве.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Куртиева Э.М. (2017). Умберто Эко о феномене культуры//Каспийский регион: политика, экономика, культура. № 2 (51). С. 145–150.
- Куртиева Э.М. (2018). Философия медиакультуры Умберто Эко / Практическая философия: от классики до информационного социума. Сборник материалов Всероссийской конференции «Практическая философия: от классики до информационного социума». Под научной редакцией Л.В. Бaeовой и К.А. Маркелова. Астрахань, 27–28 сентября 2018 г. С. 319–321.
- Мацужак А.В. (2006). Язык и культура в философии Умберто Эко. Автореф. дисс. ... канд. филос. наук. Тверь.
- Михалев А.Б. (2017). Семиотический дискурс Умберто Эко//Русский язык и межкультурная коммуникация. № 1 (16). С. 44–49.
- Пронина Н.Ю. (2013). Умберто Эко: знак и реальность: Автореф. дисс. ... канд. филос. наук. Саратов.
- Саенко Н.Р., Яралиева Н.Г. (2009). Концепция культурного бытия Умберто Эко / Социокультурные исследования. Межвузовский сборник научных трудов. Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет», Администрация Волгоградской области. Волгоград. С. 134–139.
- Саландина А.О., Черноперов В.Л. (2016). Умберто Эко и массмедиа в современном мире (памяти выдающегося итальянского интеллектуала//Интеллигенция и мир. № 4. С. 63–80.
- Федоров А.В. (2010). Умберто Эко и семиотическая теория медиаобразования//Инновации в образовании. № 5. С. 56–61.
- Lechte J., Eco U. (1998). *Fifty Key Contemporary Thinkers. From Structuralism to Postmodernity*. L., N.Y., Routledge. P. 127–131.

## REFERENCES

- Kurtieva E.M. (2017), “Umberto Eco o fenomene kul'tury” [“Umberto Eco about the phenomenon of culture”], *Kaspiiskii region: politika, ekonomika, kul'tura*, no 2 (51), pp. 145–150.
- Kurtieva E.M. (2018), “Filosofiya mediakul'tury Umberto Eko” [“Philosophy of media culture Umberto Eco”], *Prakticheskaya filosofiya: ot klassiki do informatsionnogo sotsiuma*. Sbornik materialov Vserossiiskoi konferentsii “Prakticheskaya filosofiya: ot klassiki do informatsionnogo sotsiuma”, pod nauchnoi redaktsiei L.V. Baevoi i K.A. Markelova, Astrakhan, Russia, September 27–28, 2018, pp. 319–321.
- Machuzhak A.V. (2006), *Yazyk i kul'tura v filosofii Umberto Eko* [Language and culture in the philosophy of Umberto Eco], Avtoref. diss. kand. filos. nauk, Tver, Russia.
- Mikhalev A.B. (2017), “Semioticheskii diskurs Umberto Eko” [“Semiotic discourse of Umberto Eco”], *Russkii yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, no 1 (16), pp. 44–49.
- Pronina N.Yu. (2013), *Umberto Eko: znak i real'nost'* [Umberto Eco: sign and reality], Avtoref. diss. Doctor of Philosophy Sciences, Saratov, Russia.
- Saenko N.R. and Yarialieva N.G. (2009), “Kontseptsiya kul'turnogo bytiya Umberto Eko” [“The concept of cultural existence Umberto Eco”], *Sotsiokul'turnye issledovaniya. Mezhvuzovskii sbornik nauchnykh trudov*. Federal'noe agentstvo po obrazovaniyu, GOU VPO «Vologradskii gosudarstvennyi tekhnicheskii universitet», Administratsiya Volgogradskoi oblasti, Volgograd pp. 134–139.
- Salandina A.O. and Chernoperov V.L. (2016), “Umberto Eko i massmedia v sovremennom mire (pamyati vydayushchegosya ital'yanskogo intellektuala)” [“Umberto Eco and the media in the modern world (the memory of the great Italian intellectual”], *Intelligentsiya i mir*, no. 4, pp. 63–80.
- Fedorov A.V. (2010), “Umberto Eko i semioticheskaya teoriya mediaobrazovaniya” [“Umberto Eco and semiotic theory of media education”], *Innovatsii v obrazovanii*, no 5, pp. 56–61.
- Lechte J. (1998), *Fifty Key Contemporary Thinkers. From Structuralism to Postmodernity*, L., N.Y., Routledge, pp. 127–131.

---

# ЦИФРОВАЯ СРЕДА

---

## Исследование современного коммуникативного дискурса пользователей сети «Интернет» в рамках рефлексивной деятельностно-структурной теории коммуникативного действия Юргена Хабермаса

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-24-31

Получено 01.03.2019    Одобрено 18.03.2019    Опубликовано 17.05.2019

### Гостев Александр Николаевич

Д-р социол. наук, ФГКОУ ВО «Академия управления  
Министерства внутренних дел Российской Федерации»,  
г. Москва, Российская Федерация

E-mail: Gostevan@inbox.ru

### Белоус Ольга Владиславовна

Студент, ФГБОУ ВО «Государственный университет  
управления», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: Gostevan@inbox.ru

## АННОТАЦИЯ

Цифровая эпоха с неизбежностью ставит перед нами вопрос о необходимости определения детерминации изменений, происходящих в результате информатизации: процессов трансформации содержания, организационно-технологических основ, а также ценностного смысла социальных коммуникаций в виртуальном пространстве в рамках концепций «открытого общества», «сетевое общество», «цифрового общества». В статье раскрыты взгляды рефлексивной деятельностно-структурной теории коммуникативного действия Юргена Хабермаса: рассмотрен «жизненный мир», которому протivостоит «системный мир». Описан подход к познанию процесса эволюции с помощью разработанной Юргеном Хабермасом типологии коммуникативных действий, согласно которой один тип действий ориентирован на успех, а второй – на понимание. Проанализирован современный коммуникативный дискурс пользователей сети «Интернет», в частности, отмечена фрагментация обыденного сознания

и колонизация его системами, что связано с распадом общего понимания жизненных миров. По результатам исследования взаимодействия субъектов цифровых коммуникаций, проведенного ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», представлены возможности интерпретации первичных данных на основании научного подхода Юргена Хабермаса. Так, например, показано, что молодые люди активно обживают «системный мир» виртуального пространства, заменяя им реальные коммуникации и преобразуя реальные формы поведения «жизненного мира», отмечается определенная рациональность молодых людей при оценке объективности информационных интернет-ресурсов, их способность определять «дискурс, то есть аргументацию» в пользу тех или иных форм использования возможностей Интернета. Предложены пути более полного включения подходов Юргена Хабермаса в современный научный аппарат цифровой социологии.

## Ключевые слова

Юрген Хабермас, теория коммуникативного действия, коммуникативный дискурс, Интернет, социальная диагностика, цифровое общество.

## Цитирование

Гостев А.Н., Белоус О.В. Исследование современного коммуникативного дискурса пользователей сети «Интернет» в рамках рефлексивной деятельностно-структурной теории коммуникативного действия Юргена Хабермаса // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 1. С. 24–31.

© Гостев А.Н., Белоус О.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



---

# DIGITAL ENVIRONMENT

---

## Research of a modern communicative discourse of users of the Internet network within the reflexive activity and structural theory of communicative action of Jurgen Habermas

DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-24-31

Received 01.03.2019

Approved 18.03.2019

Published 17.05.2019

### Gostev Aleksandr

Doctor of Sociological Sciences, Management Academy of the Ministry of the Interior of Russia, Moscow, Russia

E-mail: Gostevan@inbox.ru

### Belous Olga

Student, State University of Management, Moscow, Russia

E-mail: Gostevan@inbox.ru

## ABSTRACT

A digital era with inevitability raises for us a question of need of definition of determination of the changes, resulting from informatization: processes of transformation of contents, organizational and technological bases and also valuable sense of social communications in virtual space within concepts of "open society", "network society", "digital society". In article views of the reflexive activity and structural theory of communicative action of Jurgen Habermas have been revealed: "the vital world" to which "the system world" resists has been considered. An approach to knowledge of process of evolution through attraction of the typology of communicative actions, developed by Jurgen Habermas, according to which the first type of actions focused on success, and the second type – on understanding, has been described. A modern communicative discourse of users of Internet network has been analyzed, in particular, fragmentation of ordinary consciousness and colonization has been

noted by its systems, which is connected with disintegration of a common understanding of the vital worlds. On the basis of the analysis of results of a research of interaction of subjects of the digital communications, carried out by the State university of management, possibilities of interpretation of primary data on the basis of scientific approach of Jurgen Habermas have been introduced. So, for example, it has been shown, that young people actively make habitable "the system world" of virtual space, replacing with it real communications and transforming real forms of behavior of "the vital world", a certain rationality of young people at assessment of objectivity of information Internet resources is noted, their ability to define "a discourse, that is the argument" in favor of these or those forms of use of opportunities of Internet network. Ways of fuller inclusion in the modern scientific device of digital sociology of approaches of Jurgen Habermas have been offered.

## Keywords

Jurgen Habermas, theory of communicative action, communicative discourse, Internet, social diagnostics, digital society.

## For citation

Gostev A.N., Belous O.V. Research of a modern communicative discourse of users of the Internet network within the reflexive activity and structural theory of communicative action of Jurgen Habermas (2019) Digital sociology, 2 (1), pp. 24–31. doi: 10.26425/2658-347X-2019-1-24-31



В современной социологической науке весьма актуально использование потенциала классических и современных социологических теорий для изучения современного общества, проходящих в нем процессов трансформации содержания, организационно-технологических основ, а также ценностного смысла социальных коммуникаций в виртуальном пространстве.

В связи с этим весьма важным является определение детерминации этих изменений в рамках концепций «открытого общества», «сетевое общество», «цифрового общества». Широкие объяснительные возможности для осмысления процессов цифровизации социальных отношений содержатся в научных взглядах немецкого социолога и философа, автора теории коммуникативного действия, как синтеза рационального действия и интеракции, Ю. Хабермаса (р. 1929 г.). Об этом свидетельствуют многочисленные научные работы отечественных авторов, которые обращаются к его изысканиям в области теории коммуникативного действия (Бусова, 2006; Васечко, 2012), теоретических основ этики дискурса и демократии (Пархоменко, 2013; Тетюев, 2018), кризиса европейского союза и солидарности (Зайцева, 2015; Мотрошилова, 2013) и другим.

Особую ценность научному наследию Ю. Хабермаса в контексте рассматриваемой темы придает реализация в нем принципа объединения классических и современных теорий, исходя из понимания активности социологии, которая способна отражать усложняющуюся динамику социума.

Весьма интересным представляются в целях развития современной цифровой социологии методические требования к теории как способа познания социума, которая должна быть способна: анализировать социокультурные реалии современных обществ как на микро, так и на макроуровнях; учитывать рефлексивность отдельно взятых индивидов и социальных структур, тенденции рационализации и иррационализации общественной жизни.

Познание процесса эволюции возможно с привлечением разработанной Ю. Хабермасом типологии коммуникативных действий, где первый тип – действия, ориентированные на успех, второй тип – действия, ориентированные на понимание.

Важными методическими компонентами теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса являются:

- дискурс, то есть аргументация;
- понимание имеющих общий жизненный мир людей, связанное с коммуникативной рациональностью, освобожденной от инструментально-рациональных связей.

Теоретические построения Ю. Хабермаса представляют собой в определенном смысле синтетическую концепцию социального действия в его рациональной форме, а также постулатов теории и практики интеракции. Этот подход ученого сложился

в условиях жесткой полемики со взглядами Х. Патнема, М. Дэммита и других представителей научных подходов в рамках так называемой аналитической философии.

Он выступил со своеобразным манифестом, заявив, что в современной системе социально-гуманитарного знания, прежде всего философии и социологии, можно реализовать проект «широкомасштабного теоретического синтеза, предполагающий интеграцию теории языка, научных взглядов на «речевую коммуникацию» в особую теорию, воплощенную в хабермасовской концепции коммуникативного действия.

Как это часто бывает при введении новых категорий в научный оборот, «коммуникативное действие» Ю. Хабермаса обосновывал как нечто отличное, контroversивное, «иное» по отношению к уже используемому понятию, в данном к понятию «инструментальное действие».

Характеристика инструментального действия производится в следующих аспектах:

- 1) это сфера труда;
- 2) оперирует показателем «эффективность»;
- 3) ориентировано на успех;

4) вытекает из концепции М. Вебера и, соответственно, связано с «инструментальной рациональностью». В свою очередь характеристика коммуникативного действия производится на основе следующих постулатов:

- 1) это сфера взаимодействия;
- 2) участвуют два и более индивида;
- 3) упорядочивается установленными в социуме нормами;
- 4) связано с «коммуникативной рациональностью».

Ю. Хабермас указывает, что базовое для его концепции понятие «социального действия» охватывает четыре аспекта.

Исторически первой была философская теория действия, основанная на понятии «телеологическое действие». Традиция аристотелевской школы относит это действие к онтологической основе теории. При этом актором применяются надлежащие средства действий, что приводит к достижению цели.

Развитие античных взглядов предполагает расширение телеологического понимания до «модели стратегического действия». По Ю. Хабермасу это действие не находится в рамках соотнесения с индивидуальным актором, а рассматривается в контексте наличия социальной группы и характеристики групповых ценностей, играющих роль общего ориентира.

В целях социальной диагностики Ю. Хабермас выделяет также и «драматическое действие». При этом он отрицает его связь с индивидуальным актором, членом какой-то группы, либо в целом с группой. Вводя в целях научного анализа понятие «участники интеракции», для характеристики этого действия

хабермасовская концепция определяет ее участников, как «зрителей друг для друга». В этой логике актер в силу собственных целей и возможностей формирует у зрителей определенный социальный «Я-образ», который включает сознательно раскрытую часть субъективного внутреннего мира человека. Используемое в данном контексте понятие «саморепрезентация» заключается в целенаправленном, сознательно осуществляемом выражении переживаний актером. То есть не спонтанное, хаотичное самовыражение, а имеющую собственную сценарную логику драматическое действие.

Содержание коммуникативного действия предполагает интеракцию не менее двух субъектов, которые владеют речью, способны к действию, вступают в межличностное взаимодействие, используют для этого вербальные и невербальные средства. Актеры при этом координируют свои планы, а также формы и содержание социальной активности в процессе стремления понять саму ситуацию действия. Это позволяет им достигать согласия на основе правильного использования языковых средств.

На этапе зрелости своей концепции Ю. Хабермас выделяет следующие четыре типа действия:

- стратегическое действие, в составе которого имеется инструментальное действие;
- норморегулирующее действие;
- экспрессивное или драматургическое действие;
- собственно коммуникативное действие.

Отметим, что Ю. Хабермас по аналогии с понятием «языковая компетенция» Н. Хомского вводит в научный оборот понятие «коммуникативная компетенция». Характеризуя эту компетентность, необходимо отметить следующее:

- в ее содержание входят: знание языка, познание социальных условий коммуникаций и их интерпретации;
- она ориентирована на понимание, в связи с чем определяется как интерсубъектная, а также как диалогическая;
- целевое предназначение этой компетенции связано со становлением смысла, значения языковых выражений посредством различных коммуникаций.

Научные взгляды Ю. Хабермаса в ряде случаев вытекают из теоретических построений Э. Гуссерля – в части использования понятия «жизненный мир». Однако ученый придает ему новый смысл, рассматривая сущность этого феномена в рамках символического интеракционизма Дж. Мида. Это обеспечило синергию обоих методологических подходов в формировании уникального понятийно-категориального аппарата одной из широко представленных в научном дискурсе социально-философской концепции.

Описание хабермасовского «жизненного мира» предполагает использование следующих характеристик:

- этот феномен реализует в своей сути функцию формирования самого широкого цивилизационного контекста коммуникативного социального действия, но не только это;

- жизненный мир обладает собственным социальным потенциалом, арсеналом символических компонентов функционирования агентов и агентств, который является источником конструирования участниками коммуникативного социального действия интерпретаций своих и чужих форм социальной активности (при этом данная интерпретация применяется для достижения консенсуса в коммуникациях);

- взаимопонимание субъектов коммуникативного социального действия возникает из своеобразной «конституирующей» ресурсной сущности жизненного мира;

- жизненный мир включает в себя совокупность (запас) изначально сделанных допущений и социально одобряемых предпочтений;

- ресурсы жизненного мира воспроизводятся в виде характерных для каждого отдельного общества культурных традиций.

Исходя из этого философско-социологическая теория Ю. Хабермаса опирается на понятие «жизненный мир», который состоит из наших социальных отношений: работы, семьи, друзей. Однако в реальности жизненному миру противостоит «системный мир», состоящий из деловых отношений. Различие этих «миров» производится по основанию рациональности:

- коммуникативная рациональность соответствует «жизненному миру»;
- инструментальная рациональность принадлежит «системному миру».

Для понимания концепции ученого принципиально важным является тезис о структурированности «мира» (совокупности системы и жизненного мира) исходя из составляющих его трех компонентов:

- социальный мир норм;
- объективный мир фактов;
- субъективный мир внутренних переживаний.

Весьма важным для современного сетевого общества и цифровой экономики являются научные взгляды Ю. Хабермаса на трансформацию базовых социально-экономических процессов и явлений, происходящих в настоящее время. Так, ученый констатирует, что условия труда и жизни современного субъекта экономической деятельности стали более благоприятными в силу некоторого снижения эксплуатации работников. Однако амбивалентность этого процесса проявляется в том, что происходит деформация важнейших социальных институтов, форм социальных связей и символических компонентов социального взаимодействия:

- института семьи и содержания семейных отношений;
- социальных обыденных практик;

- форм отдыха и проведения досуга;
- субъективного «мира мыслей» человека, его эмоций, мотивов, чувств, переживаний. С большой тревогой Ю. Хабермас указывает на то, что это приводит к отчуждению людей от социальных институтов, одобряемых социальных практик, отграничению акторов от социально значимых форм, механизмов координации, феноменов доверия и солидарности в осуществляемых коммуникативных действиях.

Критический запал Ю. Хабермаса направлен на средства массовой информации, а также на технологии массовой культуры, которые способствуют отчуждению людей от социальной реальности, а также на практику отрыва административной власти от социального коммуникативного действия, от трансформирующихся морально-нравственных правил и норм социума.

Рецепт научной рефлексии гармонизации социальных отношений, по мнению Ю. Хабермаса, включает:

- придание в процессе общественной интеграции необходимого статуса третьему, в дополнение к государственной системе власти и регулирующей роли рыночных институтов, источнику – феномену солидарности, процессу ориентирования социальной жизни вокруг общей воли;
- рассмотрение государства как правового и демократического, в качестве «открытого проекта», то есть незавершенного, априори текущего, непостоянного, не жестко структурированного, института;
- понимание подвижного, оперативного характера института демократии.

В контексте трансформации традиционного общества в современное «сложное общество» важно утверждение Ю. Хабермаса о том, что социальная эволюция происходит посредством развития человеческих познавательных способностей, которые включают как когнитивную, так и производственную деятельность.

В условиях «гуманистического поворота» в понимании современного сложного общества и определения его перспектив в рамках гуманистической парадигмы большой интерес вызывают этические основания научного знания, обоснованные Ю. Хабермасом. Обладая энциклопедическими познаниями исторического генезиса и современного состояния науки, он смог обосновать возможности развития научных взглядов, основанных на кантовской индивидуалистической концепции «монологической и автономистской позиции». При этом вместе с ученым К.-О. Апелем перспективу развития он видит в дополнении этого классического подхода этически наполненной моделью, включающей понимаемые в хабермасовском смысле феномены коммуникативности и особого дискурса.

В общем виде хабермасовское понимание этики дискурса предполагает использование в качестве категорического императива признания особой роли опыта моральной аргументации. При этом важно отметить, что

в понимании этики дискурса предполагается не только учет наличия и устойчивости нравственных норм поведения ученых, но и наличие, силу, а также иные характеристики социальной солидарности участвующих в дискурсивном исследовании общества, его институтов, социальных явлений и процессов.

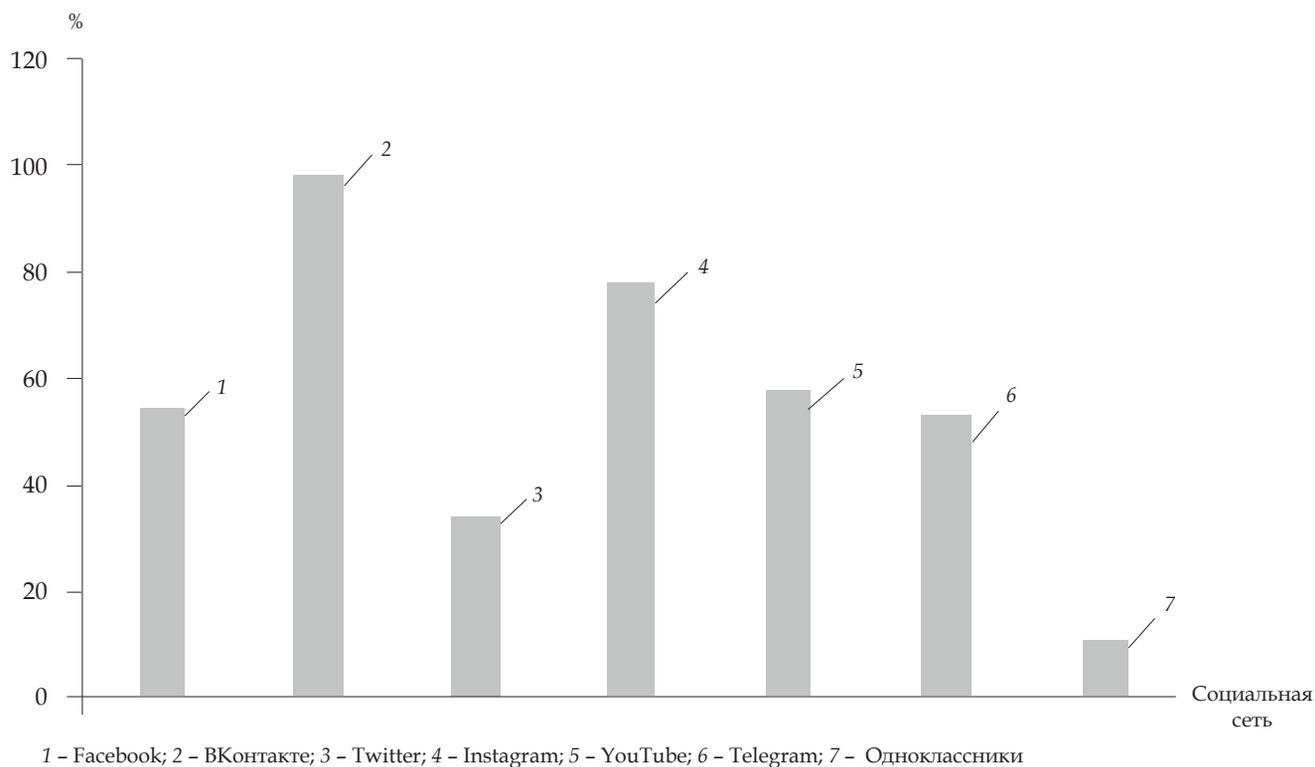
Сильной стороной научного метода Ю. Хабермаса является его реальная апробация в ходе рефлексии проблем современного социума, к которым ученый относит:

- смену главных ценностей общества, в котором на первый план вышли деньги и власть, что свидетельствует о процессе поглощения жизненных миров системами;
- то, что в настоящее время на стыке системы и жизненного мира диагностируются новые конфликты, связанные с перегруженностью коммуникативных структур, проблематикой окружающей среды и т.п.;
- фрагментацию обыденного сознания и колонизацию его системами, что связано с распадом общего понимания жизненных миров и приводит к концу идеологий.

Апробация некоторых возможностей концепции Ю. Хабермаса для исследования социальных коммуникаций в сети «Интернет» проведена в процессе интерпретации первичных данных социологических исследований социальной активности молодежи в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (исследовательский социологический проект кафедры социологии и психологии управления ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» «Молодежь цифрового мира»). Руководитель исследования – кандидат психологических наук, доцент С.А. Гришаева, научный консультант – доктор социологических наук, доцент М.В. Кибакин. В ходе реализации проекта было опрошено 843 респондента из числа студентов московских вузов, представляющих жителей 17 субъектов Российской Федерации. Обеспечена представительность данных на уровне ошибки выборки  $\Delta = 3,2\%$  при уровне значимости  $\alpha = 0,05$ .

Молодые люди активно обживают «системный мир» виртуального пространства, заменяя им реальные коммуникации и преобразуя реальные формы поведения «жизненного мира». Подавляющее большинство из них имеет аккаунты в социальных сетях, причем некоторые одновременно в нескольких сетях (см. рис. 1).

Наиболее популярными среди молодежи являются социальная сеть ВКонтакте (98,8 % подписчиков среди респондентов), а также Instagram (78,1 % опрошенных). Достаточно плотной группой по степени вовлечения молодежи являются социальные сети Facebook (54,4 %), YouTube (57,9 %), а также мессенджер Telegram (52,7 %). Меньшей популярностью пользуются среди молодежи Twitter (33,7 % участников), а также Одноклассники (10,1 %). Нормируя эти данные



Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 1. Включенность молодежи в социальные сети, мессенджеры, %**  
**Figure 1. Youth involvement into social networks, messengers, %**

относительно каждого респондента можно выявить коэффициент его индивидуальной включенности в коммуникации виртуального характера, который составляет в нашем случае 3,857 (на одного человека приходится примерно 4 аккаунта).

Объясняя мотивы участия молодых людей в социальных сетях, можно воспользоваться идеями Ю. Хабермаса о том, что при осуществлении коммуникаций люди совершают как действия, ориентированные на успех, так и действия, ориентированные на понимание. И то, и другое в преобразованной суррогатной форме можно найти в социальных сетях.

При анализе первичных социологических данных, обращает на себя внимание определенная рациональность молодых людей при оценке объективности информационных интернет-ресурсов, их способность определять «дискурс, то есть аргументацию» в пользу тех или иных форм использования возможностей сети «Интернет». Этот вывод можно сделать на основе полученных оценок респондентами о возможности целенаправленного формирования определенными интернет-ресурсами не объективного, а «нужного ему общественного мнения, поведенческих установок, мировоззрения» (рис. 2).

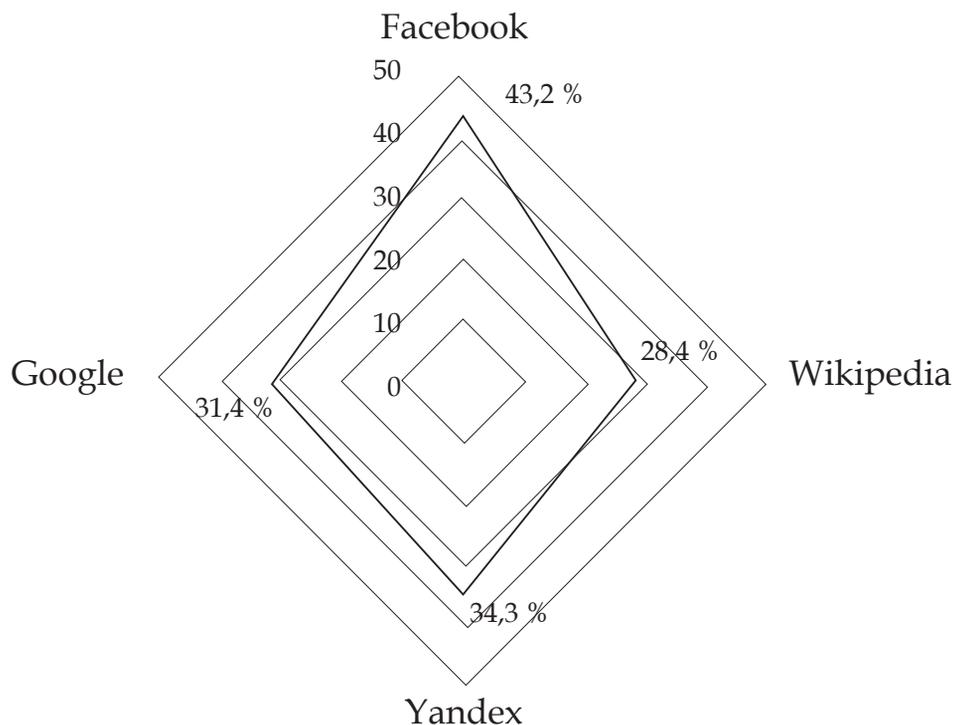
Практически половина опрошенных (43,2 %) допускает возможность целенаправленного искажения информации социальной сетью Facebook. Треть опрошенных сомневается в объективности подачи

информации поисковыми системами Google (31,4 %) и Яндекс (34,3 %). Определенные негативные оценки достоверности сведений, содержащихся в Википедии, высказали 28,4 % опрошенных.

В соответствии с научными изысканиями Ю. Хабермаса, это свидетельствует о процессе поглощения «системным миром» со свойственным ему стремлением к выгоде, прибыли традиционного естественного, морально детерминированного «живого мира» с социально одобряемыми ценностями честности, правды, добросовестности в коммуникациях.

Цифровая социология на основе рефлексивной деятельностно-структурной теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса может более глубоко осуществлять социальную диагностику проблем современного сетевого общества и цифровой экономики по следующим направлениям:

- исследование процесса поддержания и воспроизводства культурных ценностей при смене поколений, которые осуществляют социальную коммуникацию в едином «жизненном мире»;
- современное понимание сущности коммуникации, как феномена, упорядочивающего выживание человеческой популяции и виртуальные и реальные контакты людей в процессе их поиска и осуществления смысла жизни;
- переосмысление перечня востребованных современным сложным обществом у человека установок



Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 2. Оценка возможностей искажения информации интернет-ресурсами, %**  
**Figure 2. Assessment of possibilities of information distortion by Internet resources, %**

на определенные нормы, морали, ценности, идеалы и т.д., которые обеспечат его защищенность от информационной манипуляции;

– институциональное понимание электронных средств массовой информации и информационных ресурсов сети «Интернет», как компонентов современной социальной структуры виртуального пространства.

Таким образом, обращение приверженцев теории цифровой социологии к рефлексивной деятельностно-структурной теории коммуникативного действия

Ю. Хабермаса закономерно отражает включение в современный научный дискурс осмысления институциональных форм социальной активности людей, социальных групп и организаций в сети «Интернет», обеспечение безопасного и эффективного использования ресурсов, находящихся в виртуальном пространстве.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Бусова И.А. (2006). Юрген Хабермас о становлении коммуникативного действия//Вопросы философии. № 10. С. 153–166.
- Васечко Е.Н. (2012). Юрген Хабермас и его теория коммуникативного действия//Философия права. № 5 (54). С. 75–78.
- Зайцева Т.В. (2015). Юрген Хабермас о понятии «солидарность» / Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. Сер. «Гуманитарные науки». Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского. С. 15–18.
- Мотрошилова Н.В. (2013). Юрген Хабермас о кризисе европейского союза и понятии солидарности (2011–2013 гг.)//Вопросы философии. № 10. С. 22–38.
- Пархоменко Р.Н. (2013). Ю. Хабермас о современной демократии//Психология и психотехника. № 12 (63). С. 1161–1168.
- Тетюев Л.И. (2017). Теоретические основы этики дискурса (Кант, Хабермас, Апель)//Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. Т. 11. № 4. С. 81–85.

## REFERENCES

- Busova I.A. (2006), “Yurgen Khabermas o stanovlenii kommunikativnogo deystviya” [“Jurgen Habermas about formation of communicative action”], *Voprosy filosofii*, no 10, pp. 153–166.
- Motroshilova N.V. (2013), “Yurgen Khabermas o krizise evropeiskogo soyuza i ponyatii solidarnosti (2011–2013 gg.)” [“Jurgen Habermas about crisis of the European Union and a concept of solidarity (2011–2013)”], *Voprosy filosofii*, no 10, pp. 22–38.
- Parkhomenko R.N. (2013), “Yu. Khabermas o sovremennoi demokratii” [“J. Habermas about modern democracy”], *Psikhologiya i psikhotekhnika*, no 12 (63), pp. 1161–1168.
- Tetyuev L.I. (2017), “Teoreticheskiye osnovy etiki diskursa (Kant, Khabermas, Apel)” [“Theoretical fundamentals of ethics of a discourse (Kant, Habermas, Apel)”], *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i sotsial'no-ekonomicheskikh nauk*, T. 11, no. 4, pp. 81–85.
- Vasechko E.N. (2012), “Yurgen Khabermas i ego teoriya kommunikativnogo deystviya” [“Jurgen Habermas and his theory of communicative action”], *Filosofiya prava*, no 5 (54), pp. 75–78.
- Zaitseva T.V. (2015), “Yurgen Khabermas o ponyatii “solidarnost”” [“Jurgen Habermas about the concept “solidarity””], *Nauchnye trudy Kaluzhskogo gosudarstvennogo universiteta imeni K.E. Tsiolkovskogo. Ser. “Gumanitarnye nauki”*. Kaluzhskii gosudarstvennyi universitet im. K.E. Tsiolkovskogo, pp. 15–18.

# Особенности социологических онлайн-исследований рисков финансового поведения населения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-32-38

Получено 24.01.2019      Одобрено 15.02.2019      Опубликовано 17.05.2019

**Кобакин Михаил Викторович**

Д-р социол. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: tiz8283@mail.ru

## АННОТАЦИЯ

Представлен обзор современных научных концепций и накопленных научных данных для развития цифровой социологии в части уточнения представлений об особенностях сбора первичных социологических данных. Обоснована важность научного осмысления трансформации содержания и специфики методического инструментария социологических исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет». Произведена характеристика первичной социологической информации, которая содержится в интернет-пространстве и является основной для анализа явлений и процессов в ходе проведения онлайн-исследований. Обоснована классификация, выделены группы первичных данных по степени открытости: открытые, частично открытые и закрытые данные. Отдельно дана характеристика получаемых первичных социологических данных по способу технологического доступа: анализ блогов, использование поисковых систем по ключевым словам, включение в исследования интеллектуальных систем мониторинга и анализ социальных медиа, которые реализуются

на стационарных либо на мобильных компьютерных устройствах. Приведены виды первичных данных по формату коммуникаций: рекламная, сетевая, вертикально структурированная, горизонтальная, а также по степени достоверности: «достаточный уровень достоверности», «сомнительная информация», «недостоверная информация». На основе данных социологического исследования показаны особенности сбора первичной социологической информации в интернет-пространстве в финансово-экономической сфере и выявления рисков финансового поведения населения в цифровой среде. Приведены качественные и количественные показатели интенсивности использования молодежью ресурсов сети «Интернет» для получения информации, общения, коммуникаций, обучения, деловой коммуникации, развлечения и отдыха, оплаты товаров и услуг. Сделаны выводы о необходимости учета специфики содержания и об особенностях исследования первичной социологической информации в интернет-пространстве.

## Ключевые слова

Финансовое поведение, цифровая социология, риски сети «Интернет», онлайн-исследования, достоверность социологических данных, поисковые системы.

## Цитирование

Кобакин М.В. Особенности социологических онлайн-исследований рисков финансового поведения населения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 1. С. 32–38.

© Кобакин М.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



# Features of online sociological studies of risks of financial behavior of the population in the information and communication network Internet

DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-32-38

Received 24.01.2019

Approved 15.02.2019

Published 17.05.2019

## Kibakin Mikhail

Doctor of Sociological Sciences, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

E-mail: tiz8283@mail.ru

## ABSTRACT

An overview of modern scientific concepts and accumulated scientific data for the development of digital sociology in terms of clarifying ideas about the features of the collection of primary sociological data has been presented. An importance of scientific understanding of the transformation of the content and specifics of the methodological tools of sociological research in the information and communication network Internet has been substantiated. The characteristic of the primary sociological information, contained in the Internet space and which is essential for the analysis of phenomena and processes in the course of conducting online research has been made. The classification has been substantiated, primary data groups have been distinguished according to the degree of openness, which include open, partially open and closed data. Separately, the characteristic of the obtained primary sociological data has been given by the method of technological access – analysis of blogs, the use of search engines for keywords, the inclusion of intelligent monitoring systems and analysis of social media, which

are implemented either on stationary or mobile computer devices. The types of primary data on the format of communications have been adduced: advertising, network, vertically structured, horizontal, as well as the degree of reliability: “a sufficient level of reliability”, “doubtful information”, “unreliable information”. On the basis of the sociological research data, the features of collecting primary sociological information in the Internet space in the financial and economic sphere and identifying risks of the financial behavior of the population in the digital sphere have been shown. The qualitative and quantitative indicators of the use of Internet resources by young people for information, interaction, communication, training, business communication, entertainment and recreation, payment for goods and services have been presented. Conclusions about the need to take into account the specifics of the content and features of the study of primary sociological information in the digital space have been made.

## Keywords

Financial behavior, digital sociology, risks of network Internet, online researches, accuracy of sociological data, search engines.

## For citation

Kibakin M.V. Features of online sociological studies of risks of financial behavior of the population in the information and communication network Internet (2019) Digital sociology, 2 (1), pp. 32–38. doi: 10.26425/2658-347X-2019-1-32-38



В настоящее время продолжается уточнение содержания предметно-объектного поля электронной социологии как совокупности научных знаний, характеризующий ее как активно институционализирующейся частной социологической теории. Методологическими основами проведения такой работы являются концепции сетевого общества М. Кастельса (Кастельс, 2000, с. 23–51; Кастельс, 2004), информационного общества (Чернов, 2003), цифрового общества (ред. Ершова, 2018) и связанных с научными знаниями по проблемам развития общества знания, сложного общества (Кравченко, 2012), открытого общества (Поппер, 1992) и других.

В научной литературе активно обсуждаются различные аспекты проведения социологических онлайн исследований, а также развития их методологических, методических, организационно-технологических основ (Воробьева, Кружкова, 2017; Кравченко, 2012; Ядов, 1987; Varabási, 2002).

Особое значение имеет также научная рефлексия практики нормативно-правового регулирования проведения социологических исследований с учетом использования цифровых технологий, выраженных в Международном Кодексе практики маркетинговых и социологических исследований ESOMAR<sup>1</sup>.

Весьма актуальным при этом является уточнение понятий «первичная социологическая информация», «единица социологического анализа», «единица социологического счета», а также сформированных на их основе категорий «выборочная совокупность», а также «генеральная совокупность», как совокупность характеристик явлений и процессов цифрового пространства.

При этом, учитывая существенные риски социальных коммуникаций в интернет-пространстве, важности предупреждения противоправных проявлений в нем (Овчинский, 2018), а также уязвимости населения перед рисками кибер-мошенничества (Воробьева, Кружкова, 2017, с. 86–102; Хайбулина, 2012, с. 159–164; Fahrutdinova, Yarmakeev, Fahrutdinov, 2014, с. 619–625), целесообразно осмысление вышеперечисленных категорий применительно к конкретной сфере социальных коммуникаций – в данном случае в финансово-экономической сфере (Akutina, 2014, pp. 23–25).

Для раскрытия проблематики статьи при характеристике отдельных ее аспектов приведены результаты социологического исследования «Финансовая культура молодежи – 2018», проведенного в сентябре-октябре 2018 г. Департаментом социологии, истории и философии ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

<sup>1</sup> Международный Кодекс практики маркетинговых и социологических исследований ESOMAR (European Society Of Opinion and Market Research – Европейского общества исследований общественного мнения и рынка) и ICC (Международная торговая палата). Режим доступа: [https://wciom.ru/research/kontrol\\_i\\_kachestvo\\_dannyh/kodeks\\_esomar/](https://wciom.ru/research/kontrol_i_kachestvo_dannyh/kodeks_esomar/) (дата обращения 12.01.2019).

В ходе исследования было опрошено 318 молодых людей – студентов вузов Москвы и Московской области и обучающихся в средних профессиональных образовательных учреждениях, а также старшеклассников московских школ. Представительность полученных данных характеризуется ошибкой выборки 6,3 %, а также уровнем значимости на уровне 0,05.

Первичная социологическая информация, которая представлена в интернет-пространстве, может быть охарактеризована по разным основаниям, к которым относятся:

- степень открытости;
- особенностей технологического доступа;
- формата коммуникаций с субъектами интернет-деятельности;
- степени достоверности и другие.

По степени открытости, первичные социологические данные, как объекты онлайн-исследований, делятся на открытые, частично закрытые и закрытые. В силу заявленной проблематики целесообразно охарактеризовать не только их содержание, но и возможности социолога доступа к ним.

Открытая информация в виртуальном пространстве распространяется государственными органами, в том числе с помощью специальных сервисов (например, правовой, экологической, а также социально-экономической информации), корпоративными структурами, а также отдельными людьми.

Так, Банк России запустил соответствующий информационно-просветительский ресурс<sup>2</sup>, созданный в целях содействия формирования и повышения финансовой культуры российских граждан, в том числе молодежи. Этот информационный ресурс предназначен для различных групп населения, обладающих разным объемом знаний и разными компетенциями об экономике, финансовом поведении, рисках сферы финансово-экономических коммуникаций в цифровом пространстве.

Заметим, что социологическое исследование данного ресурса может быть осуществлено не только по анализу содержания его материалов (традиционный контент-анализ), но и по методике ранжирования веб-ресурсов (например, на основе индикаторов: количество ссылок с других сайтов; общее количество страниц сайта; количество полноценных текстовых файлов; количество размещенных на сайте статей и их цитирований), а также выявлению графа взаимодействия сайта на основе проведения анализа гиперссылок, связей сайта, выявлению количества веб-страниц, ссылающихся на данную веб-страницу или веб-сайт (этот индикатор используется в качестве показателя значимости некоторой веб-страницы алгоритмами PageRank и HITS).

<sup>2</sup> Финансовая культура. Режим доступа: <https://fincult.info/> (дата обращения 16.01.2019).

**Таблица. Интенсивность использования студентами сети «Интернет» для различных целей**  
**Table. Intensity of use of the Internet by students for various purposes**

Ранг	Сфера использования интернет-ресурсов	Индекс уровня интенсивности
1	Получение информации	0,9645
2	Общение (чаты, сети)	0,9615
3	Обучение	0,8755
4	Коммуникации (почта)	0,8020
5	Развлечение, отдых	0,7925
6	Оплата товаров и услуг	0,5595

Источник: составлено автором по материалам исследования

Новые возможности для расширения сферы применения социологических онлайн-исследований появляются при проведении диагностики эффективности поисковой оптимизации сайта, при котором оценивается стоимость целевого посетителя с учетом времени вывода сайта на необходимые маркетинговые позиции и конверсии сайта (Ашманов, Иванов, 2007; Земнухова, 2018; Малий, Золенко, 2017).

Для определения места и роли использования студенческой молодежью Интернета в финансово-экономической сфере был рассчитан нормированный показатель частоты обращения к виртуальным ресурсам. Его значения могут варьироваться от «1» – максимальное значение, до «0» – минимальное значение, а значение показывает уровень приоритетности тех или иных целей.

Результаты исследования показывают высокую плотность информационного потока в различных сферах жизнедеятельности, в котором находятся молодые люди (табл. 1).

Как показывают результаты исследования, использование возможностей, предоставляемых Интернетом для оплаты товаров и услуг (индекс 0,5595) имеют для молодежи относительно меньшую приоритетность. Это может стать негативным фактором для формирования у них финансовой грамотности.

Более высокое значение студентов в виртуальном пространстве в настоящее время является получение информации (индекс 0,9645), общение в социальных сетях и ведение чатов (индекс 0,9615), а также использование интернет-ресурсов для обучения (индекс 0,8755). А на среднем уровне, как это выявлено в ходе исследования, находится у респондентов уровень использования возможностей виртуальной среды для коммуникации, получения и отправки почты (индекс 0,8020), а также развлечения и отдыха (индекс 0,7935).

Частично закрытая для социологических онлайн-исследований информация представляет сознательную политику конфиденциальности субъектами коммуникации, как индивидуальными, так и корпоративными, при которой общим достоянием являются только сведения, влияющие на усиление конкурентоспособности, связанные с соблюдением корпоративной

этики, а также направленные на приращение символического капитала.

Для современного этапа развития аналитических технологий субъектов интернет-коммуникаций при этом характерно выявление, даже помимо воли человека, дополнительных сведений о нем. Так, заявленный им профиль в социальной сети, посещение сайта или использования интернет-ресурсов может быть значительно расширен по показателям его индивидуального поведения, как потребителя, за счет мониторинга его сетевой активности, оставления комментариев к блогам, участия в различных форумах.

Так, отечественная интеллектуальная система мониторинга и анализа социальных медиа «Крибрум»<sup>3</sup>. Эта большая поисковая система собирает упоминания из социальных медиа: это социальные сети, сайты-отзовики, блоги и интернет-СМИ, тематические и региональные форумы и другие ресурсы. Охват источников: 20 тыс. СМИ и порталов, 250 млн аккаунтов в социальных сетях, 300 тыс. видеороликов из YouTube и 7 млн блогов. Каждые сутки анализируется до 2 млрд лайков, а также до 100 млн сообщений.

По опыту использования аналогичных технологий частной английской компанией Cambridge Analytica, которая использует технологии глубинного анализа данных (в частности, данных социальных сетей) для разработки стратегической коммуникации в ходе избирательных кампаний в Интернете, по утверждению аналитиков, удалось осуществить ряд реальных успешных политических компаний на уровне выборов высших должностных лиц государств.

Используемая в компании аналитическая модель, разработанная ученым М. Косинским, позволяет лучше узнавать личность респондента с помощью 10 изученных «лайков», создавать его психологический портрет. Это портрет (профиль) давал возможность раскрывать все черты характера изучаемого человека, а в последующем и формировать его поведенческие установки. По некоторым данным Cambridge Analytica с помощью разработки алгоритма анализа политических

<sup>3</sup> Официальный сайт Компании «Крибрум». Режим доступа: <http://kribrum.ru> (дата обращения 16.01.2019)

предпочтений избирателей, смогла собрать личные данные пользователей социальной сети Facebook, охватив в общей сложности более 50 млн человек в ходе различных избирательных компаний.

С учетом данного фактора целесообразно проводить с молодыми людьми информационную работу профилактического характера с раскрытием современных технологий сбора информации против воли потенциального потребителя финансово-экономических услуг по результатам его активности в виртуальной среде.

Закрытая информация, содержащаяся в интернет-пространстве, недоступна социологу при проведении онлайн-исследования. Важно при этом отметить, что любые попытки ее получения могут привести к применению против субъекта этих противоправных действий методов гражданско-правового, административного, а также уголовного характера.

Закрытость социальных сетей либо других любых социальных виртуальных контактов с обсуждением возможностей заработка, применения «серых схем» оплаты должна насторожить молодого человека и послужить сигналом для прекращения дальнейшего взаимодействия с потенциальными преступниками. Получить информацию о возникшей подобной угрозе социологу можно с помощью традиционных методов – интервью, фокус групп.

Первичная социологическая информация с точки зрения особенностей технологического доступа может быть разделена на ту, получение которой происходит: а) на стационарном компьютере; б) с помощью мобильного устройства.

Формат коммуникации делит первичную социологическую информацию в интернет-пространстве на:

- рекламную коммуникацию – воздействие на потребителя (как правило не предполагающую обратной связи);
- сетевую коммуникацию свободного доступа многих респондентов одновременно;
- вертикальную коммуникацию под руководством модератора;
- горизонтальную коммуникацию, при которой происходит последовательное обсуждение тем в установленной очередности.

По степени достоверности первичная социологическая информация в виртуальном пространстве может быть разделена на уровни достоверности:

- достаточная;
- сомнительная;
- недостоверная.

Для решения задач социологического онлайн-исследования прежде всего важно идентифицировать респондента, который заполняет анкету, либо другой экспериментальный бланк онлайн-исследования. Для этого используются сложные технологии построения

исследовательских панелей, участники которой – потенциальные респонденты, проходят идентификацию на основе добровольного предоставления соответствующих сведений о себе, а в необходимых случаях и личных удостоверяющих документов.

В настоящее время онлайн панели лежат в основе наиболее эффективных технологиях сбора первичных социологических данных в ходе онлайн опросов. Панели представляют собой базу данных отобранных респондентов, давших согласие на регулярное участие в будущих онлайн исследованиях. Личная информация о респондентах, включенных в панель, используется для таргетирования онлайн опросов на нужную целевую группу. Заметим, что обычно участники панели получают денежное вознаграждение или призы за участие в исследовании.

Для углубленной характеристики отметим, что в зависимости от характера участников панели могут быть: потребительские, бизнес-панели (B2B), а также специализированные (панели с молодежью, потребителями финансово-экономических услуг и другие).

В социологических онлайн-исследованиях используется также панель, функционирующая по принципу онлайн-сообщества. При этом респонденты могут общаться друг с другом.

С точки зрения построения выборки формируются вероятностные и невероятностные онлайн-панели.

При характеристике достоверности первичной социологической информации, сбор которой осуществляется с помощью различных информационных ресурсов и представляющую собой тексты, комментарии, репосты, лайки и т.п., важно отметить, что, к сожалению, в настоящее время надежных средств градации ее качества практически не существуют.

Наиболее распространенным видом недостоверной информации стали фейки – информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ; это также нечто фиктивное, ненастоящее, созданное с целью обмана других людей. Ранее использовалось в основном в отношении информации, размещенной в интернете, а в настоящее время используется и для других сфер человеческого взаимодействия. Распознавание фейков, а значит и определение качества первичной информации – весьма трудоемкая, а порой и неразрешимая задача для исследователя.

Можно предположить, что доля «замусоренности» первичной информации фейками и может свидетельствовать об отнесении ее к различным группам по степени достоверности. При этом важную роль, конечно, играет характер онлайн-исследования и требуемая степень точности. Для общей ориентировки при этом можно предложить следующие статистические параметры, используемые в критериях репрезентативности получаемых характеристик.

В.А. Ядов приводит следующие ориентировочные допустимые ошибки (Fahrutdinova, Yarmakeev, Fahrutdinov, 2014, с. 619–625) в исследованиях со ссылкой на выводы Г.Е. Эдельгауза (Эдельгауз, 1977, с. 36): повышенная точность – до 3 %; обыкновенная – 3–10 %; приближенная – 10–20 %; ориентировочная – 20–40 %; прикидочная – более 40 %.

Таким образом, развитие современной концепции электронной социологии предполагает постоянную

саморефлексию методических основ проведения экспериментальных исследований, совершенствования способов и приемов сбора первичных данных. Приведенные в статье результаты анализа этих проблем применительно к финансово-экономической сфере будут способствовать этому процессу дальнейшей институционализации электронной социологии в качестве теории среднего уровня.

## БИБЛИОГРАФИЯ

Ашманов И.С., Иванов А.А. (2007). Продвижение сайта в поисковых системах. М., «Вильямс».

Воробьева И.В., Кружкова О.В. (2017). Социально-психологические аспекты восприимчивости молодежи к воздействиям среды Интернет// Образование и наука. Т. 19. № 9. С. 86–102.

Ершова Р.В. [общ. ред.] (2018). Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека. Сборник научных статей и материалов международной конференции «Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека, 14–17 февраля 2018. Коломна, Государственный социально-гуманитарный университет.

Земнухова Л.В. (2018). Социотехническое в цифровой социологии: методологические возможности и ограничения//Социология власти. Т. 30. С. 54–68.

Кастельс М., Киселева Э. (2000). Россия и сетевое сообщество//Мир России. № 1. С. 23–51

Кастельс М. (2004). Галактика Интернет: Размышления об интернете, бизнесе и обществе. пер с англ. Екатеринбург, «У-Фактория».

Кравченко С.А. (2012). Становление сложного общества: к обоснованию гуманистической теории сложности: монография / Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. социологии. М., МГИМО-Университет. (Серия «Научная школа МГИМО/У»).

Малий В.О., Золенко М.О. (2017). SEO на экспорт: Первая книга по продвижению за рубежом. М., Ридеро.

Овчинский В.С. (2018). Криминология цифрового мира. М., ООО «Юридическое издательство «Норма».

Поппер К. (1992). Открытое общество и его враги: В 2-х т. Пер. с англ. М., Феникс.

Хайбулина Э.И. (2012). Информационная безопасность личности в виртуальном пространстве эпохи постмодерна//Известия ЮФУ. Технические науки. № 11. С. 159–164.

Чернов А.А. (2003). Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. М., Дашков и К.

Эдельгауз Г.Е. (1977). Достоверность статистических показателей. М., Статистика.

Ядов В.А. (1987). Социологическое исследование: методология, программа, методы. М., Наука.

Akutina O.V. (2014). Digital-marketing as an integrated strategy of interaction with customers in the internet environment//Journal of Economics and Social Sciences. № 5 (5). Pp. 23–25.

Barabási A.-L. (2002). Linked: The New Science of Networks. Cambridge, MA: Perseus.

Fahrutdinova R.A., Yarmakeev I.E., Fahrutdinov R.R. (2014). Experimental study of correction of addictive behavior of teenagers in the internet environment//Life Science Journal. Т. 11. № 11. Pp. 619–625.

## REFERENCES

Ashmanov I.S., Ivanov A.A. (2007), *Prodvizhenie saita v poiskovykh sistemakh* [Website promotion in search engines], “Vil'yams”, Moscow, Russia.

Chernov A.A. (2003), *Stanovlenie global'nogo informatsionnogo obshchestva: problemy i perspektivy* [The formation of the global information society: problems and prospects], Dashkov i K, Moscow, Russia.

Edelgauz G.E. (1977), *Dostovernost' statisticheskikh pokazatelei* [Reliability of statistical indicators], Statistics, Moscow, Russia.

Ershova R.V. (ed.) (2018), *Tsifrovoe obshchestvo kak kul'turno-istoricheskii kontekst razvitiya cheloveka. Sbornik nauchnykh statei i materialov mezhdunarodnoi konferentsii “Tsifrovoye obshchestvo kak kul'turno-istoricheskii kontekst razvitiya cheloveka”, 14–17 fevralya 2018* [Digital society as a cultural and historical context of human development. A collection of scientific articles and materials of the international conference “Digital society as a cultural and historical context of human development”, February 14–17, 2018], Gosudarstvennyi sotsial'no-gumanitarnyi universitet, Kolomna, Russia.

- Kastel's M., Kiseleva E. (2000), "Rossiya i setevoe soobshchestvo" ["Russia and the network community"], *Mir Rossii*, no 1, pp. 23–51.
- Kastel's M. (2004), *Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve* [Galaxy Internet: Reflections on the Internet, business and society], per s angl., U-Factory, Yekaterinburg, Russia.
- Khaibulina E.I. (2012), "Informatsionnaya bezopasnost lichnosti v virtualnom prostranstve epokhi postmoderna" ["Information security of the individual in the virtual space of the postmodern era"], *Izvestiya YuFU. Tekhnicheskie nauki*, no 11, pp. 159–164.
- Kravchenko S.A. (2012). *Stanovlenie slozhnogo obshchestva: k obosnovaniyu gumanisticheskoi teorii slozhnosti: monografiya* [Formation of a complex society: to the justification of the humanistic theory of complexity: monograph], Mosk. gos. in-t mezhdunar. otnoshenii (un-t) MID Rossii, kaf. sociologii, MGIMO-Universitet. (Series "Scientific School MGIMO/U"), Moscow, Russia.
- Malii V.O. and Zolenko M.O. (2017), *SEO na eksport: Pervaya kniga po prodvizheniyu za rubezhom* [SEO for export: The first book on promotion abroad], Ridero, Moscow, Russia.
- Ovchinskii V.S. (2018), *Kriminologiya tsifrovogo mira* [Criminology of the digital world], OOO "Yuridicheskoe izdatel'stvo "Norma", Moscow, Russia.
- Popper K. (1992), *Otkrytoe obshchestvo i ego vragi: V 2-kh t.* [Open Society and Its Enemies: In 2 tons], per s angl., Feniks, Moscow, Russia.
- Vorob'eva I.V., Krzhkova O.V. (2017), "Sotsial'no-psikhologicheskie aspekty vospriimchivosti molodezhi k vozdeistviyam sredy Internet" ["Socio-psychological aspects of the susceptibility of young people to the effects of the Internet environment"], *Obrazovanie i nauka*, vol. 19, no 9, pp. 86–102.
- Yadov V.A. (1987), *Sotsiologicheskoe issledovanie: metodologiya, programma, metody* [Sociological research: methodology, program, methods], Nauka, Moscow, Russia.
- Zemnukhova L.V. (2018), "Sotsiotekhnicheskoe v tsifrovoi sotsiologii: metodologicheskie vozmozhnosti i ogranicheniya" ["Sociotechnical in digital sociology: methodological possibilities and limitations"], *Sotsiologiya vlasti*, t. 30, pp. 54–68.
- Akutina O.V. (2014), *Digital-marketing as an integrated strategy for the environment*, Journal of Economics and Social Sciences, no 5 (5), pp. 23–25.
- Barabási A.-L. (2002), *Linked: The New Science of Networks*, Cambridge, MA: Perseus.
- Fahrutdinova R.A., Yarmakeev I.E. and Fahrutdinov R.R. (2014), *Experimental study of teenagers in the Internet environment*, Life Science Journal, t. 11, no 11, pp. 619–625.

## TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

<sup>1</sup> *International Code of Practice for Marketing and Sociological Research ESOMAR (European Society of Opinion and Market Research) u ICC (International Chamber of Commerce)* [Mezhdunarodnyi Kodeks praktiki marketingovykh i sotsiologicheskikh issledovaniy ESOMAR (European Society Of Opinion and Market Research – Evropeiskogo obshchestva issledovaniy obshchestvennogo mneniya i rynka) i ICC (Mezhdunarodnaya trgovaya palata)]. Available at: [https://wciom.ru/research/kontrol\\_i\\_kachestvo\\_dannyh/kodeks\\_esomar/](https://wciom.ru/research/kontrol_i_kachestvo_dannyh/kodeks_esomar/) (accessed 12.01.2019).

<sup>2</sup> *Financial culture* [Finansovaya kul'tura]. Available at: <https://fincult.info/> (accessed 16.01.2019).

<sup>3</sup> *The official website of the company "Kribrum"* [Ofitsial'nyi sait Kompanii "Kribrum"]. Available at: <http://kribrum.ru> (accessed 16.01.2019)

# Гиперреальность, симулякры и симуляции в виртуальном пространстве как феномен «антисоциальной» теории Жана Бодрийяра

УДК 316.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-39-45

Получено 04.03.2019 Одобрено 18.03.2019 Опубликовано 17.05.2019

## Новиков Владимир Геннадьевич

Д-р социол. наук, заместитель начальника Научно-организационного управления, ФГБУ «Российская академия наук», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: v.g.novikov@bk.ru

## Ковалева София Владимировна

Студент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: v.g.novikov@bk.ru

## АННОТАЦИЯ

Предпринята попытка применить научные подходы антисоциальной теории Жана Бодрийяра, а также используемые им понятия гиперреальности, симулякров и симуляции для осмысления социальных феноменов, явлений и процессов в современном виртуальном пространстве. Предложена следующая интерпретация характеристик интернет-пространства:

- а) информационно-коммуникационную сеть «Интернет» можно рассматривать в рамках концепции Жана Бодрийяра как пример антиреальности, так как в ней можно сохранить анонимность, придумать себе новую жизнь, использовать чужие фото и т.д.;
- б) общение в виртуальном пространстве – это, по своей сути, симуляция общения, то есть его суррогат (симулякр); при этом прежняя контактная форма общения заменена опосредованной – коммуникация осуществляется через социальные сети и мессенджеры;
- в) происходит обеднение содержания и примитивизация выражения эмоций, так как в виртуальном общении используются наборы стандартных фраз, стандартные

темы, смайлики, картинки, обмен мемами и прочие симулякры, которые вошли в повседневные социальные практики. На примере анализа результатов социологического исследовательского проекта, реализуемого в ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», проведены практические процедуры их интерпретации в рамках научной концепции Жана Бодрийяра. Так, например, выявлено, что несмотря на жизненный опыт получения респондентами в большинстве своем фейкового интернет-контента, они все же в значительной части ощущают себя комфортно в виртуальной, потенциально опасной среде. Мало того, эта среда становится для них жизненно необходимой: молодые люди выкладывают на всеобщее обозрение свою жизнь, свои мысли, желания, систему ценностей, затаенные надежды и мечты. Этот образ социальной активности становится для большинства столь необходимым элементом самореализации, что перестает быть частью этого процесса и становится самостоятельным, целостным, лежащим вне человека феноменом.

## Ключевые слова

Жан Бодрийяр, антисоциальная теория, гиперреальность, симулякр, симуляция, цифровая социология.

## Цитирование

Новиков В.Г., Ковалева С.В. Гиперреальность, симулякры и симуляции в виртуальном пространстве как феномен «антисоциальной» теории Жана Бодрийяра // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 1. С. 39–45.

© Новиков В.Г., Ковалева С.В., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



# Hyperreality, simulacra and simulations in virtual space as a phenomenon of «antisocial» theory by Jean Baudrillard

DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-39-45

Received 04.03.2019

Approved 18.03.2019

Published 17.05.2019

## Novikov Vladimir

Doctor of Sociological Sciences, Deputy Head of the Scientific and Organizational Management, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

E-mail: v.g.novikov@bk.ru

## Kovaleva Sofiya

Student, State University of Management, Moscow, Russia

E-mail: v.g.novikov@bk.ru

## ABSTRACT

An attempt has been made to apply the scientific approaches of Jean Baudrillard's anti-social theory, as well as the concepts of hyperreality, simulacra and simulation, used by him for the understanding of social phenomena, occurrences and processes in the modern virtual space. The following interpretation of the characteristics of the Internet space has been proposed:

- a) the Internet can be considered within the framework of Jean Baudrillard's concept as an example of antireality, since it is possible to preserve anonymity, invent a new life, use other people's photos, etc.;
- b) communication in the virtual Internet is, in its essence, a simulation of communication, that is, its surrogate (simulacrum); in this case, the former contact form of communication is replaced by indirect – communication is carried out through social networks and messengers;
- c) there is a depletion of content and primitivization of expression of emotions, as in virtual communication uses

a set of standard phrases, standard themes, emoticons, pictures, exchange of memes and other simulacra that are included in everyday social practices. On the example of the analysis of the results of the sociological research project, implemented at the State University of Management, the practical procedures of their interpretation within the framework of the scientific concept of Jean Baudrillard have been carried out. For example, it has been revealed, that despite the life experience of respondents in the majority of fake Internet content, they all also largely feel comfortable in a virtual, potentially dangerous environment. Moreover, this environment becomes vital for them: young people spread their lives, their thoughts, desires, value systems, hidden hopes and dreams on public display. This image of social activity becomes for the majority so necessary element of self-realization, that ceases to be a part of this process, and becomes independent, integral, lying outside the person phenomenon.

## Keywords

Jean Baudrillard, antisocial theory, hyperreality, simulacrum, simulation, digital sociology.

## For citation

Novikov V.G., Kovaleva S.V. Hyperreality, simulacra and simulations in virtual space as a phenomenon of «antisocial» theory by Jean Baudrillard (2019) Digital sociology, 2 (1), pp. 39–45. doi: 10.26425/2658-347X-2019-1-39-45



Распространение сети «Интернет» привело к возникновению специфической формы социального пространства – виртуального пространства, обладающего специфическими характеристиками, свойствами и функциями. Эта специфичность требует тщательного социологического анализа, необходимость в котором вызвана, в первую очередь, более активным использованием символов в виртуальном пространстве в сравнении с реальным, вплоть до практически полной подмены реальной деятельности и общения их виртуальными заменителями, что приводит к неоднозначным последствиям для общества.

Среди научных концепций, в рамках которых принято глубокое осмысление трансформации символических аспектов в виртуальном пространстве, особое место занимает «антисоциальная» теория Ж. Бодрийяра, а осмысление им феноменов гиперреальности и симулякров дает богатую пищу для понимания новой символической цифровой реальности.

В нашей стране научное творчество Ж. Бодрийяра подвергается всестороннему осмыслению, а его идеи интерпретируются различными авторами применительно к теории постмодерна (Зуева, 2015, с. 97–103; Рендл, 2014, с. 144–147), изучению общества потребления (Ажимова, 2012, с. 101–110; Львов, 2013, с. 183–188), современному пониманию феномена симуляции в социальном пространстве и симулякров как конструктов современной социальной реальности сложного общества (Найденко, 2011, с. 176–179; Холодарева, 2008, с. 122–130).

Французский социолог, культуролог и философ-постмодернист Ж. Бодрийяр (1929–2007) ввел в научный оборот в качестве современного конструкта общества постмодерна термин «гиперреальность», содержанием которого считал «симуляцию чего-либо», симуляцию того, что никогда не существовало. Это перекликается с утверждениями У. Эко, который утверждал, что гиперреальность является «подлинной подделкой» (англ. *the authentic fake*), а П. Спарров поэтически обозначил ее как «виртуальную нереальность».

В современной научной традиции термин «гиперреальность» используют в семиотике и философии постмодернизма для описания феномена симуляции действительности, а также неспособности сознания отличить реальность от фантазии, особенно в технологически развитых странах постмодернистской культуры (Аберкромби, Хилл, Тернер, 2004).

Он возник при описании распространения рекламной культуры, особенно в США, где образы и знаки стали заменять или вытеснять реальность. При этом репрезентация социального мира этой визуальной культурой ведет к тому, что подделка выглядит реальнее, чем действительность. По мысли Ж. Бодрийяра, «гиперреальность для стороннего наблюдателя более правдива, чем истина, более очаровательна, чем

само очарование» (Кравченко, 2010). Иными словами, гиперреальность субъектам социального взаимодействия кажется более реальной, чем сама реальность, так как она идеальна и удовлетворяет всем потребностям человека.

Самостоятельный научный интерес представляет методический исследовательский аппарат Ж. Бодрийяра.

Единицами гиперреальности, которые подлежат социальной диагностике, у ученого являются симулякры, как знаки или несамостоятельные феномены, отсылающие к чему-то другому, а потому симулятивные. При углубленном описании этих единиц наблюдения в рамках социологического исследования Ж. Бодрийяр ввел понятие трех порядков (фазы, видов по степени выраженности) симулякров:

- копии;
- функциональные аналоги;
- собственно симулякры.

Такой вид симулякра, как «копия» выступает в качестве «подделки» и составляет господствующий тип «классической» эпохи, от Возрождения до промышленной революции.

Следующий вид симулякров – «функциональный аналог» – связан с развитием экономического института – «производства» и составляет господствующий тип промышленной эпохи.

Наконец «симуляция», как современный вид симулякра, составляет господствующий тип нынешней фазы, регулируемой кодом, символом, знаком и к которому ученый относит все современные феномены, включая деньги, общественное мнение и моду. Они функционируют, исходя из рассматриваемой концепции по принципу символического обмена.

На бытовом уровне симулякр можно определить как копию, у которой нет оригинала. Но на уровне научного анализа это утверждение требует дополнительного пояснения. Симулякр не вымысел, а реально существующий субъект, который закрепляется в сознании человека за конкретной вещью, явлением, процессом и т.п. В силу этого симулякр отрывается в своем образе от референта и становится для нас более реальным, чем реально обозначаемый исходный объект.

Можно утверждать, что сущность симуляции по мысли Ж. Бодрийяра заключается в том, что она не обманывает, но она занимается тем, что ставит под сомнение отличия реального от вымышленного. Симулировать, в соответствии с рассматриваемым подходом, – это не делать вид, что у тебя есть что-то, чего у тебя на самом деле нет, а делать вид, что у тебя есть то, чего вообще нет на самом деле.

Основываясь на своей концепции, Ж. Бодрийяр выделил несколько примеров социальных практик, которые носят признаки гиперреальности, в частности:

- Диснейленд, в котором все идеально, и который является полным воплощением иллюзий, начиная

от сказочных построек, заканчивая высококлассным обслуживанием; люди, находясь в этой симуляции реальности, наполненной симулякрами – копиями реальных явлений, отлично себя чувствуют и переносят это видение на обыденную жизнь, то есть подменяют настоящее тем, что они хотят видеть;

- занятия в спортивном зале представляют собой симуляцию физической работы (человек едет в спортивный зал на машине, чтобы идти или бегать по беговой дорожке);

- здравоохранение (симуляция заботы о здоровье, так как, если бы люди заботились о своем здоровье, им бы не нужна была медицина);

- политика, которая все больше обретает форму гиперреальности; при этом партии не отстаивают и не борются за что-либо реальное, а проводят имитацию противостояния друг другу, симулируя оппозицию.

Для проверки эвристической силы «антисоциальной» теории Ж. Бодрийяра, возможностей использования понятий «гиперреальность», «симуляция» и «симулякры» в современном научном дискурсе, предпринята попытка провести анализ и интерпретацию первичных данных социологических исследований социальной активности молодежи в информационно-коммуникационной сети «Интернет». Эти данные получены в ходе реализации в 2017-2019 гг. кафедрой социологии и психологии ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» исследовательского социологического проекта «Молодежь цифрового мира». Руководитель исследования – кандидат психологических наук, доцент С.А. Гришаева, научный консультант – доктор социологических наук, доцент М.В. Кибакин. Методы

сбора первичных данных – опрос, тестирование, самонаблюдение, фокус-группы, глубинное интервью. Всего опрошено 843 респондента из числа студентов московских вузов, представляющих жителей 17 субъектов Российской Федерации. Ошибка выборки  $\Delta = 3,2\%$ . Полученные данные верифицированы и размещены в научно-исследовательском архиве кафедры.

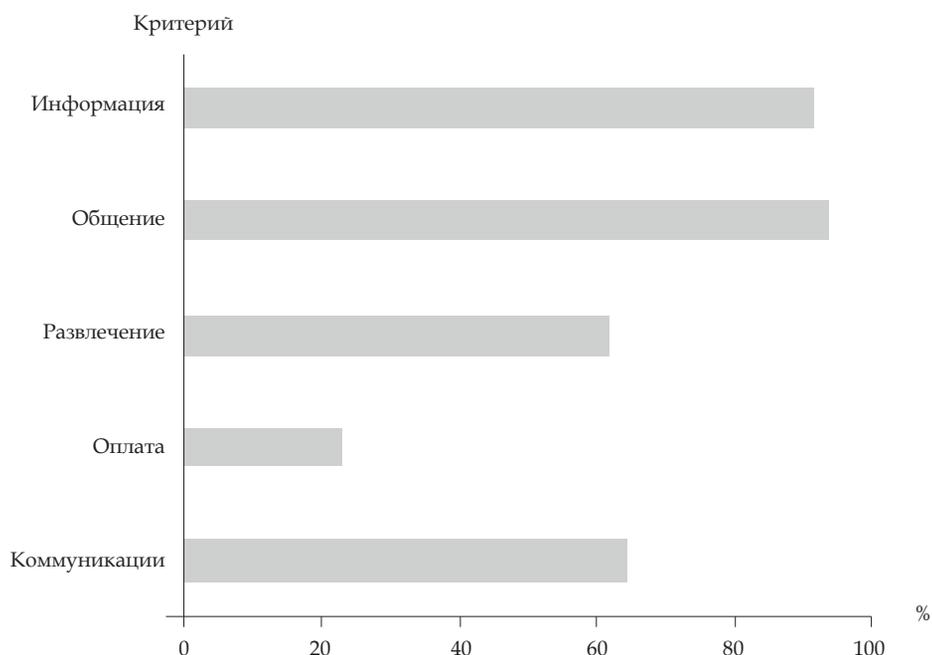
На этапе концептуализации основных понятий исследования были сформулированы следующие характеристики интернет-пространства:

- сеть «Интернет» можно рассматривать в рамках концепции Ж. Бодрийяра как пример антиреальности, так как в ней можно сохранить анонимность, придумать себе новую жизнь, использовать чужие фото и т.д.;

- виртуальное общение в сети «Интернет» – это, по своей сути, симуляция общения, то есть его суррогат (симулякр); при этом прежняя контактная форма общения заменена опосредованной – коммуникация осуществляется через социальные сети и мессенджеры;

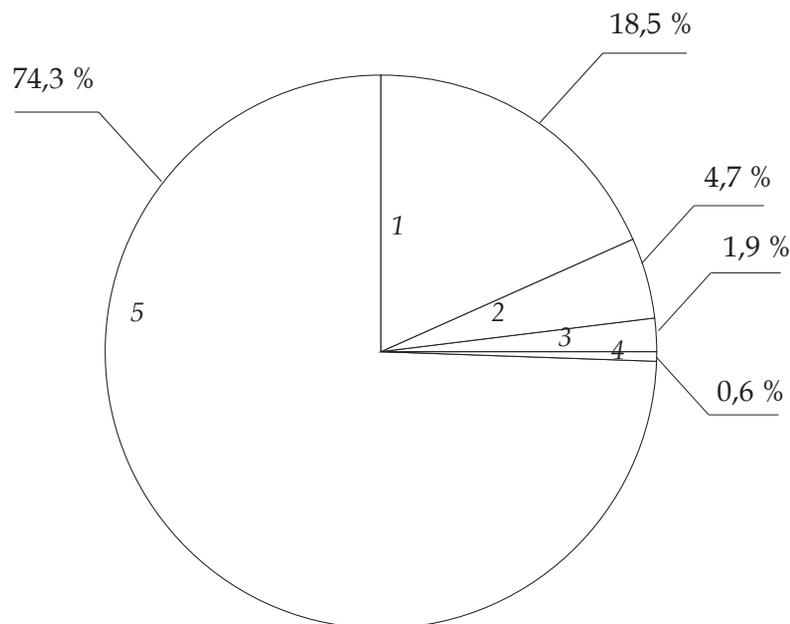
- происходит обеднение содержания и примитивизация выражения эмоций, так как в виртуальном общении используются наборы стандартных фраз, стандартные темы, смайлики, картинки, обмен мемами и прочие симулякры, которые вошли в повседневные социальные практики.

Интенсивность нахождения в виртуальном пространстве и использования его возможностей у современной молодежи достаточно велика. Так, по результатам опроса, молодые люди «часто, практически каждый день» используют интернет-ресурсы в целях: получения информации – 92,1 % из числа



Источник: составлено авторами на основе исследования

**Рис. 1. Интенсивность использования интернет-ресурсов молодежью, %**  
**Figure 1. Intensity of use of Internet resources by young people, %**



1 – скорее да; 2 – да и нет; 3 – скорее нет; 4 – нет; 5 – да

Источник: составлено авторами на основе исследования

**Рис. 2. Оценка комфортности нахождения в Интернете, %**  
**Figure 2. Assessment of the comfort of being on the Internet, %**

опрошенных; общения в чатах, социальных сетях – 94,4%; развлечения, отдыха – 62,1 %; оплаты товаров и услуг – 23,1 %; деловых коммуникаций, отправления и получения электронной почты 65,1 % (рис. 1).

Субъективные ощущения комфортности пребывания респондентов в интернет-пространстве в соответствии с концепцией Ж. Бодрийяра означают принятие людьми социальных виртуальных феноменов в качестве «настоящих», «замещающие реальные» явления и процессы. Для определения уровня комфортности в Интернете, цифровом мире, как антиреальности, молодым людям было предложено осуществить самооценку своего эмоционального состояния при использовании его ресурсов. Анализ результатов опроса свидетельствует, что 74,3 % респондентов чувствует себя в виртуальной среде однозначно комфортно, и еще 18,5 % утверждают, что ощущают себя «скорее комфортно, чем нет». На фоне этих результатов весьма незначительным является количество тех, кто не смог четко определить свои ощущения и выбрал ответ «и комфортно и некомфортно в равной степени» (4,7 %), а также «скорее не комфортно, чем комфортно» (1,9 %), а также «не комфортно» (0,6 %), как это показано на рисунке 2.

Интерпретация полученных данных может быть выражена в предположении, что молодые люди привыкли находиться в ненастоящей, симулированной реальности, которая для некоторых из них уже роднее, ближе, чем реальная действительность, что является частным подтверждением теории Ж. Бодрийяра. Действительно, эта реальность легче поддается

коррекции со стороны участников, позволяет играть те роли, которые удаются проще всего, а также выбирать более комфортную социальную среду и прерывать общение, которое представляется некомфортным.

Одновременно важно обратить внимание и на оценки респондентами других аспектов социальных коммуникаций в виртуальном пространстве. 74,6 % молодых людей признались, что в их опыте есть случаи (случаи), когда важная информация в Интернете оказывалась неправдой (фейком, вбросом, симулякром). Скорее всего, интернет-пользователи подсознательно готовы к тому, что не вся информация является достоверной, т.к. в отличие от традиционных СМИ часть информации в сети «Интернет» не проходит ни через какие фильтры и даже не всегда четко персонифицирована.

Следовательно, несмотря на жизненный опыт получения респондентами в большинстве своем фейкового интернет-контента, они все же в значительной части ощущают себя комфортно в виртуальной, потенциально опасной среде. Следуя творческой традиции Ж. Бодрийяра и его единомышленников, можно образно заключить, что «мы больше не используем интернет, это он использует нас». Молодые люди выкладывают на всеобщее обозрение свою жизнь, свои мысли, желания, систему ценностей, затаенные надежды и мечты. Причем очень часто в сети «Интернет» выкладываются не реальные мысли и ценности, а декларируемые в этой среде ценности. Получается замкнутый круг: пользователи стремятся

соответствовать своему виртуальному окружению и преувеличивают свою значимость, в свою очередь, повышая планку, к которой надо стремиться, и так до бесконечности...

Этот образ социальной активности становится для большинства столь необходимым элементом самореализации, что перестает быть частью этого процесса, а становится самостоятельным, целостным, лежащим вне человека феноменом. Продолжая образный ряд с использованием аналогии устройства солнечной системы, сформулируем утверждение о том, что для многих молодых людей не виртуальные феномены (симулякры, симуляции, символы) являются планетами, кружащиеся вокруг их уникальной личности (аналог солнца – источника света, центрального звена системы, без которой ее просто нет). К сожалению, ряд из них превратились в планеты, которые под влиянием симулякров осуществляют свое движение по жизненному пути.

Эти выводы из результатов социологического анализа интернет-активности студенческой молодежи дополняют перечень примеров гиперреальности и симулякров, которые использовал Ж. Бодрийяр для объяснения своей теории.

Следовательно, современные социологические исследования интернет-коммуникаций, как это показано выше, во многом подтверждают тезис Ж. Бодрийяра о том, что люди все больше заменяют реальное потребление продукта, становясь сами продуктом

для продукта, становятся не наблюдателями за событием, а сами являются событием (моделью). Гиперреальность, образованная благодаря иллюзиям (появлению симулякров), стала современному молодому человеку гораздо ближе, роднее и реальнее, чем настоящая действительность.

Представляется, что идеи Ж. Бодрийяра в настоящее время очень актуальны и могут стать хорошей основой для социальной диагностики, анализа, интерпретации и социального прогнозирования процессов развития «сетевого общества», «цифровой экономики», «виртуальных коммуникаций», которые могут быть и очень полезны, и очень опасны в зависимости от множества факторов, оценить влияние которых – задача будущих исследований. В связи с этим освоение социологами его методологического и методического арсенала теории, концепций, идей и инструментария позволит более эффективно решать исследовательские и социопректные задачи преобразования социума в рамках цифровой социологии.

Таким образом, современные социологи, реализующие свои проекты в рамках цифровой социологии, вправе использовать потенциал концепции Ж. Бодрийяра для раскрытия существенных символических аспектов коммуникаций, структуры отношений и динамики трансформации виртуального пространства, что кроме прочего, способно придать дополнительную надежность и обоснованность формулируемых при этом выводов.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С.* (2004). Социологический словарь. Пер. с англ. М., Экономика.
- Ажимова Л.В.* (2012). Жан Бодрийяр о феномене массовых коммуникаций в обществе потребления//Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. № 3 (19). С. 101–110.
- Зуева Н.А.* (2015). Постмодернистские метаморфозы власти: М. Фуко и Ж. Бодрийяр Т. 17//Панорама, Москва. С. 97–103.
- Кравченко С.А.* (2010). Социологический постмодернизм: монография. М., Моск. гос. ин-т междунар. отношений.
- Львов А.А.* (2013). Ж. Бодрийяр: от производства эстетического к обществу потребления//Общество. Среда. Развитие. № 4 (29). С. 183–188.
- Найденко Е.А.* (2011). Жан Бодрийяр о генезисе симулякров / Актуальные вопросы социогуманитарного знания: история и современность. Межвузовский сборник научных трудов. Краснодар. С. 176–179.
- Рендл М.В.* (2014). Жан Бодрийяр как ведущий теоретик постмодерна//Вектор науки Тольяттинского государственного университета. № 1 (27). С. 144–147.
- Холодарева В.И.* (2008). Жан Бодрийяр: свобода как симулякр//Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. № 7. С. 122–130.

## REFERENCES

- Abercrombie N., Hill S., Turner B.S. (2004), *Sotsiologicheskii slovar'* [Sociological dictionary], Per. s angl., Ekonomika, Moscow, Russia.
- Azhimova L.V. (2012). "Zhan Bodriiyar o fenomene massovykh kommunikatsii v obshchestve potrebleniya" ["Jean Baudrillard about a phenomenon of mass communications in consumer society"], *Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoi Sibiri i na Dal' nem Vostoke*, no 3 (19), pp. 101–110.
- Kholodareva V.I. (2008), "Zhan Bodriiyar: svoboda kak simulyakr" ["Jean Baudrillard: freedom as simulacrum"], *Vestnik RGGU. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvovedenie*, no 7, pp. 122–130.

- Kravchenko S.A. (2010), *Sotsiologicheskii postmodernizm: monografiya* [Sociological postmodernism: the monograph], Mosk. gos. in-t mezhdunar. otnoshenii, Moscow, Russia.
- L'vov A.A. (2013), “Zh. Bodriiyar: ot proizvodstva esteticheskogo k obshchestvu potrebleniya” [“J. Baudrillard: from production esthetic to consumer society”], *Obshchestvo. Sreda. Razvitie*, no 4 (29), pp. 183–188.
- Naidenko E.A. (2011), “Zhan Bodriiyar o genezise simulyakrov” [“Jean Baudrillard about genesis of simulacra”], *Aktual'nye voprosy sotsiogumanitarnogo znaniya: istoriya i sovremennost'*. Mezhvuzovskii sbornik nauchnykh trudov, pp. 176–179, Krasnodar, Russia.
- Rendl M.V. (2014), “Zhan Bodriiyar kak vedushchii teoretik postmoderna” [“Jean Baudrillard as leading theorist of a postmodern”], *Vektor nauki Tol'yatinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 1 (27), pp. 144–147.
- Zueva N.A. (2015), *Postmodernistskie metamorfozy vlasti: M. Fuko i Zh. Bodriiyar* [Postmodern metamorphoses of the power M. Foucault and J. Baudrillard], t. 17, Panorama, Moscow, Russia, pp. 97–103.

# Цифровые модели консалт-организации управления в фирме

УДК 316.6 DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-46-54

Получено 01.03.2019 Одобрено 29.03.2019 Опубликовано 17.05.2019

## Ростовская Тамара Керимовна

Д-р социол. наук, ФГБУ «Российская академия наук»,  
г. Москва, Российская Федерация

E-mail: rostovskaya.tamara@mail.ru

## Красовский Юрий Дмитриевич

Д-р социол. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет  
управления», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: u.d.krasovskiy@mail.ru

## Грошев Игорь Васильевич

Д-р психол. наук, д-р экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный  
университет управления», г. Москва, Российская Федерация

E-mail: aus\_tgy@mail.ru

## АННОТАЦИЯ

Проведен анализ основных сегментарных направлений деятельности консультанта, приглашенного главой фирмы для фундаментальной коррекции организации управления в условиях перехода к цифровому формату. Переосмыслен прежний опыт управленческого консультирования в современных, цифровых условиях совершенствования организационного управления. Эта проблематика чрезвычайно актуальна для всего консалтингового сообщества, которое в настоящее время переживает серьезный кризис. Статья адресована, прежде всего, коллегам из Национальной гильдии профессиональных консультантов, которые ищут новые методические подходы, разрабатывают пакеты новых консалт-компетенций и новые варианты установления контактов с потенциальными заказчиками. Адаптированы прежние разработки, а именно: визуаграфические digital-модели, для более четкого наглядного обеспечения переговорных процессов в деловом общении с заказчиками. В первой digital-модели представлен

общий консультационный подход к пониманию менеджмента в кризисный и пост-кризисный периоды организации управления в процессе освоения цифровых особенностей управленческих отношений. Во второй digital-модели конкретизированы позиции перехода из нецифрового формата в цифровой. В третьей digital-модели продемонстрированы содержательные позиции цифрового формата в управленческом консультировании. В четвертой digital-модели выявлено основное противоречие в организации управления, которое необходимо представить заказчику для полного понимания возникающих ситуаций. Все четыре digital-модели взаимосвязаны и помогают глубже понять проблематику перехода фирмы из одного состояния в другое. Эти модели «визуализируют» переговорный процесс с заказчиком, помогая быстро налаживать деловые контакты, а также значительно сокращая время переговорного процесса.

## Ключевые слова

Управленческие отношения, digital-модель, цифровой формат, событийный сценарий, проблемные поля, социоцентризм, психоцентризм, консалт-разработки, заорганизованный хаос.

## Цитирование

Ростовская Т.К., Красовский Ю.Д., Грошев И.В. Цифровые модели консалт-организации управления в фирме // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 1. С. 46–54.



# Digital models of the consult-organization of management in the company

DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-46-54

Received 01.03.2019    Approved 29.03.2019    Published 17.05.2019

## Rostovskaya Tamara

Doctor of Sociological Sciences, Russian Academy of Sciences,  
Moscow, Russia

E-mail: rostovskaya.tamara@mail.ru

## Krasovskii Yurii

Doctor of Sociological Sciences, State University of Management,  
Moscow, Russia

E-mail: u.d.krasovskiy@mail.ru

## Groshev Igor

Doctor of Psychological Sciences, Doctor of Economic Sciences,  
State University of Management, Moscow, Russia

E-mail: aus\_tgy@mail.ru

## ABSTRACT

The main segmental areas of activity of a consultant, invited by the head of the company for a fundamental correction of the organization of management in the context of the transition to digital format have been analyzed. The previous experience in management consulting has been rethought for application in modern, digital conditions for improving organizational management. This issue is extremely relevant for the entire consulting community, which is currently experiencing a serious crisis. The article has been addressed, first of all, to colleagues from the National Guild of professional consultants, who are looking for new methodological approaches, developing packages of new consult-competencies and new options for establishing contacts with potential customers. The previous developments have been adapted, namely: visual digital models for clearer visual support of the negotiation processes in business communication with the Customer. In the first digital model a general consulting

approach to understanding management in a crisis and post-crisis period of organizing management in the process of mastering digital features of management relations has been introduced. In the second digital model, the positions of transition from a non-digital to digital format have been specified. In the third digital model the meaningful positions of the digital format in management consulting have been demonstrated. In the fourth digital model, the main contradiction in the organization of management has been identified, which must be submitted to the Customer for a final understanding of the situations, that arise. All four digital models are interrelated and help deeply understand the problems of the transition of the company from one state to another. These models “visualize” the negotiation process with the Customer, helping to quickly establish business contacts, as well as significantly reducing the time of the negotiation process.

## Keywords

Management relations, digital model, digital format, event scenario, problem fields, sociocentrism, psychocentrism, consult development, organized chaos.

## For citation

Rostovskaya N.K., Krasovskii Yu.D., Groshev I.V. Digital models of the consult-organization of management in the company (2019) *Digital sociology*, 2 (1), pp. 46–54. doi: 10.26425/2658-347X-2019-1-46-54





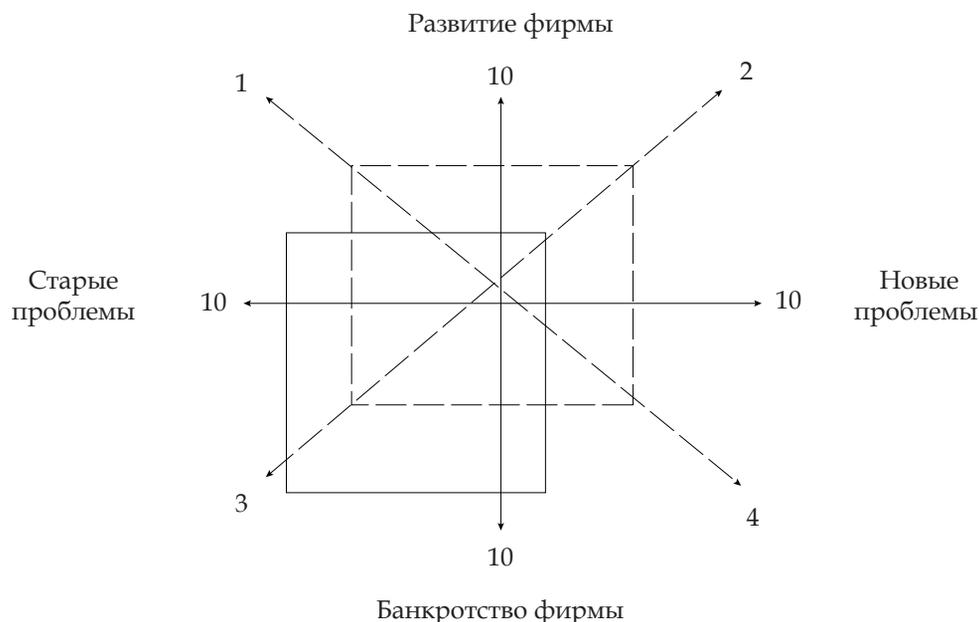
сценариями, которые помогут командам менеджеров работать более эффективно. Включение консультантов в такие команды или отыгрывание тех или иных управленческих решений, когда консультант выполняет роль Ведущего в играх, дает возможность получать быстрые организационно-экономические эффекты. На этой основе выбираются те или иные социально-психологические тренинги, которые закрепляют и развивают полученные первичные результаты. Консалтинговые сценарии здесь могут быть различны. Один из них такой: «Лекция → Инструктаж → Игра → Тренинг → Эффект».

В *digital-сегменте «В»* такое содружество консультантов и главы фирмы оказывается еще более важным. Ведь именно на этом «локальном поле» и рождаются новые идеи, проговариваются управленческие замыслы, формируются доверительные отношения, определяются условия совместной работы и заключаются договоры. Главное, что происходит в этом сегменте, – это рождение новой культуры управления, а также ее модификация. Именно здесь глава фирмы и обкатывает все свои идеи и наработки, проверяя их на прочность. Здесь отыгрываются те управленческие риски, которые возникают и при принятии решений, и при их реализации, поскольку консультанты берутся, прежде всего, помочь главе фирмы оценить последствия управленческих решений: ближайшие и отдаленные. Этим и определяется главная ценность консалтинга, ибо консультанты по организационному развитию делают обратную связь прозрачной для главы фирмы. Хотя эта связь не всегда соответствует его ожиданиям. Разрыв между ожиданиями главы фирмы и полученными результатами может быть как со знаком

«плюс» (не ожидал, что результат позитивный), так и со знаком «минус» (не ожидал, что результат такой негативный). Эти колебания ожиданий и оказываются «минным полем» консультантов, которое может взорваться, если результат слишком далек от ожиданий.

В *digital-сегменте «Г»* возникает очень сильное внутриролевое противоречие в сознании и поведении главы фирмы, где могут сталкиваться три базовые роли (управляющий – владелец – предприниматель) и две приобретенные (лидер – специалист). Глава фирмы должен отрабатывать организацию управления, где очень важным является внедрение необходимых процедур, организующих поведение сотрудников. Но заниматься операционным менеджментом ему оказывается трудно: роль предпринимателя гонит его в анализ рыночной среды фирмы; роль специалиста может не соответствовать тому бизнесу, за который он взялся; роль лидера может оказаться иллюзорной, так как на самом деле его воспринимают как деспота; роль управляющего может интерпретироваться им как прямое распоряительство; а роль владельца толкает его и на использование прибыли по своему усмотрению, и на волонтаристские поступки: «Что хочу, то и делаю. Я – владелец!» Конечно, все эти роли зависят и от проявления индивидуальных личностных свойств, и от давления внешних факторов, но консультанту очень важно знать, как могут проявляться внутриролевые противоречия главы фирмы, чтобы понять те или иные его поступки.

Все эти сегменты дают представление о консалтинговых возможностях в четырех основных сферах деятельности. Они же помогают консультанту осознать те типичные «проблемные зоны», с которыми



Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 2. Цифровые варианты осмысления проблемных полей в консалтинге**  
**Figure 2. Digital options for understanding problem fields in consulting**

ему приходится сталкиваться в фирме. Такой «сегментарный» подход желательно сочетать с системно-ситуативным, когда все ситуации, возникающие в этих сегментах, важно решать на основе системного видения положения дел в фирме. Только тогда, применяя соответствующие диагностические методики, консультант может «выстраивать» свою сценарную микроконцепцию, то есть тот его интеллектуальный продукт, за который он и получает деньги от Заказчика – главы фирмы.

Но есть еще один аспект видения «проблемных зон», который «подсказала» сама управленческая практика – необходимость анализа особенностей менеджмента в докризисный период. Этот сценарный подход разворачивается во временном диапазоне и имеет две точки «перепада» событий: на границе «что было – что стало» и на другой границе «что стало – что возникло вновь». Прошлое, настоящее и будущее в их сопоставлении оказывается методологическим ключом анализа. На этом и были построены экспресс опросы в учебных группах в периоды кризисных состояний фирм, то есть тогда, когда эти границы уже были ясны, а пограничные проблемы обозначились более отчетливо. К этому времени появилось много моделей антикризисного управления, которые основывались на различных консалтинговых сценариях. Однако нужны были именно временные модели, чтобы понять, как рельефнее обозначить новое проблемное поле в организационном консалтинге: «От чего ушли и к чему пришли» (См. рис. 2).

Конструирование таких проблемных полей можно изобразить графически. Это графическое изображение

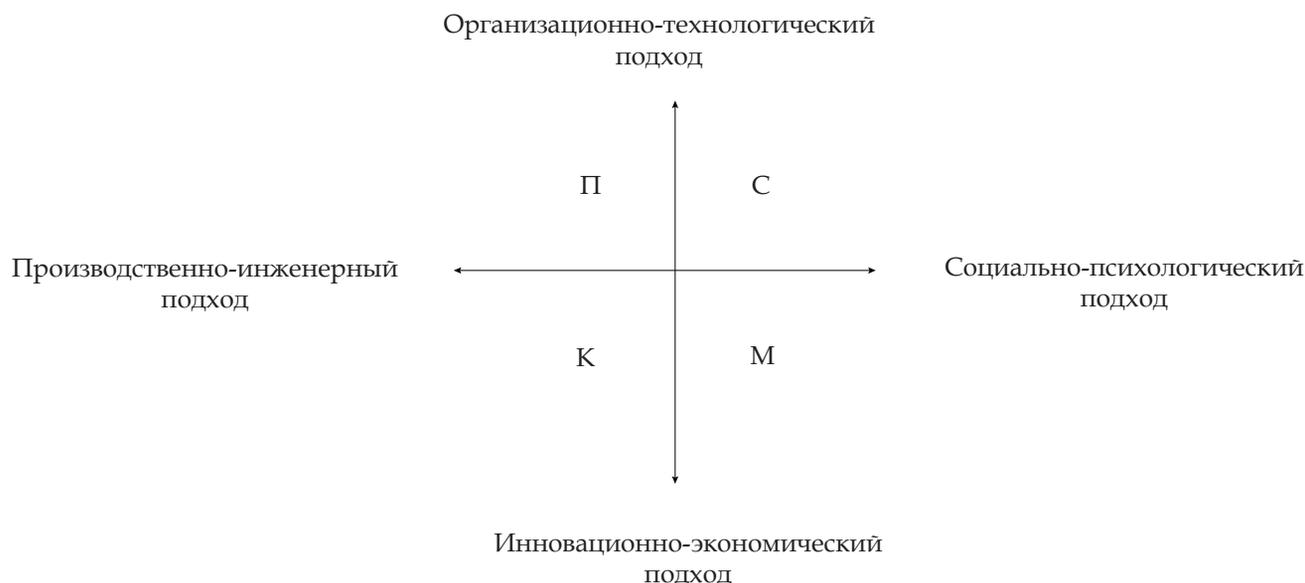
является универсальным способом отражения временных противоречий в фирме: между нарастанием новых проблем и нерешенностью проблем старых, которые тянут фирму к банкротству.

Цифровое развитие фирмы предполагает, прежде всего, преодоление старых проблем и решение новых, что зафиксировано в сегменте 3 и в сегменте 2. В то же время шанс проблемного переосмысления, таит две угрозы: риск, что возникшие новые проблемы могут потянуть фирму к банкротству, если они не будут решаться; риск, что накопившиеся старые проблемы, если от них не освободиться, могут обанкротить фирму.

В консалтинговой практике приходится сталкиваться с четырьмя типичными управленческими подходами в решении всех этих проблем. Если продолжить цифровое графическое моделирование возникающих проблем в фирмах, то эти четыре подхода их разрешения можно представить на осях координат так: инновационно-экономический; производственно-инженерный; организационно-технологический; социально-психологический (рис. 3).

Интерпретация этой сегментарной модели такова. Наиболее значимым управленческим подходом в разрешении возникающих проблем является сегмент М.

Он обеспечивается отделом маркетинга. В этом отделе должны быть сильны и позиции экономистов, отвечающих за исследования конъюнктуры рынка, и позиции психологов, изучающих мотивы покупательского спроса. Но часто бывает так, что в отделе маркетинга концентрируются экономисты, которые могут профессионально выполнять свои функции,



Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 3. Сегментарная цифровая модель управленческого консультирования**  
**Figure 3. Segmental digital model of management consulting**

но непрофессионально брать на себя маркетинговые функции психологов. Когда экономисты подменяют психологов, отдел маркетинга поедает сам себя. Консалтинговый опыт показывает, что наиболее слабыми подразделениями в фирмах могут быть именно отделы маркетинга. Поэтому консультанту важно начинать работать в фирме именно оттуда: фирма будет развиваться только тогда, когда руководитель и его топ-менеджеры научатся:

- формировать маркетинговые концепции управления во всех рыночных сегментах;
- соотносить маркетинговые концепции с внутрифирменной концепцией управления. Особенно это бывает трудно осуществлять в больших холдингах, которые объединяют многие разнородные фирмы.

Вторым по значимости сегментом для консультанта оказывается тот, который обеспечивает фирму новыми технологиями (сегмент К). Это, как правило, конструкторское бюро, где разрабатываются качественно новые продукты потребления. Но оно может продуктивно работать только тогда, когда имеет постоянные обратные связи от потребителей через отдел маркетинга. Вот почему в отделе маркетинга приоритетными становятся социально-психологические каналы сбора и «перекачки» такой информации разработчикам конструкторского бюро. Именно в этом сегменте формируется тот или иной уровень понимания потребительского спроса, который зависит и от степени конкуренции на рынке. Именно этот сегмент обеспечивает конкурентоспособность фирмы на рынке и жизненные циклы товарной продукции. Поэтому консультанты по управлению должны взвешивать конкурентные возможности этого сегмента во временном аспекте: «как было, как стало, как может быть и как должно быть». В этом сегменте важно сочетать многоаспектную консалт-диагностику с многоаспектной прогностикой: какой фирма может стать в ближайшем будущем и в перспективе.

Третьим по значимости сегментом для консультанта становится тот, где осуществляется непосредственное производство продукции (сегмент П). Именно в этом сегменте и разворачивается борьба за качество. Директор производства в этой связи является ответственным за обеспечение качественного выпуска продукции, отвечая за технологию ее изготовления. Он же ожидает от конструкторского бюро позитивных решений возникающих инженерных проблем в своем подразделении, а от отдела сбыта – успешной продажи готовой продукции. В этом сегменте закладывается ядро корпоративной ответственности предприятия в сфере организации новейших технологий сбыта товарной продукции.

Четвертым по значимости сегментом для консультанта оказывается тот, где сейлз-менеджеры осуществляют продажи, выстраивая дилерские сети в отделе

сбыта (сегмент С). Отслеживая сети, они тем самым регулируют всю торговлю, обеспечивая, в конечном счете, товарооборот и рентабельность предприятия в зависимости от того, на каких условиях они договариваются с оптовиками. Но если дилерские сети имеют несколько звеньев («крупный оптовик – средний оптовик – мелкий оптовик – покупатель»), то они становятся слабо контролируемыми. И тогда этот пробел должен восполнять отдел маркетинга. Круговой сценарий управления процессом «Деньги – Товар – Деньги» начинается на границе «С» и «М» сегментов. Здесь-то и возникает главная критическая точка для консультанта. Ведь сегмент «С» оказывается одновременно и завершающим этот цикл и начинающим его с «запуска» сегмента «М». Консультанту важно отслеживать этот процесс, потому что именно на границе этих сегментов таятся очень большие резервы и сокращения цикла «Д-Т-Д» по времени, и организации «точечных», то есть адресных продаж.

Консультантам важно отследить все четыре сценария в замкнутом цикле, чтобы понять, где этот цикл может быть нарушен и почему. В практике управленческого консультирования этот циклический сценарий не выдерживается даже в производственно-торговых фирмах, потому что дает «сбои» на всех пограничных переходах. В закупочно-торговых фирмах сценарий кругооборота «Д-Т-Д» – другой. И там – свои пограничные «сбои».

Именно с этих пограничных «сбоев» и важно начинать консалтинговую диагностику. Не с «человеческого фактора» организации в целом, а с выявления тех психологических и социально-психологических барьеров, которые мешают именно этому циклу. Но в практике бывает так, что и социологи, и психологи, декларируя необходимость организационного развития, часто начинают диагностику с организационной структуры фирмы. Но это – второй, а не первый шаг в разработке сюжета консалтингового сценария. Сначала важно понять, на какие организационно-экономические эффекты может вывести социально-психологическая коррекция управленческого персонала. Тем самым консультанты вводят себя в сферу экономической психологии и экономической социологии.

В управленческой практике приходилось встречаться с двумя такими подходами к обучающему консалтингу: социоцентризм («Главная наша задача – совершенствование социальной организации управления. В экономику мы не вторгаемся») и психоцентризм («Все проблемы фирмы – психологические. Перестроив сознание управленческого персонала, мы перестроим тем самым и организацию управления в ней»). Но такой консалтинг дает краткосрочный эффект: когда оканчивается обучение, руководители вновь погружаются в свою привычную среду, которая их «засасывает».

Другими словами, консультанты могут добиться успеха не тогда, когда уведут управленческий персонал в «чистую» психологию или социологию, а тогда, когда органически подключает руководителей в решение глубинных организационно-экономических проблем фирмы на основе отработки циклического сценария: «Рынок – Технологии – Производство – Продажи».

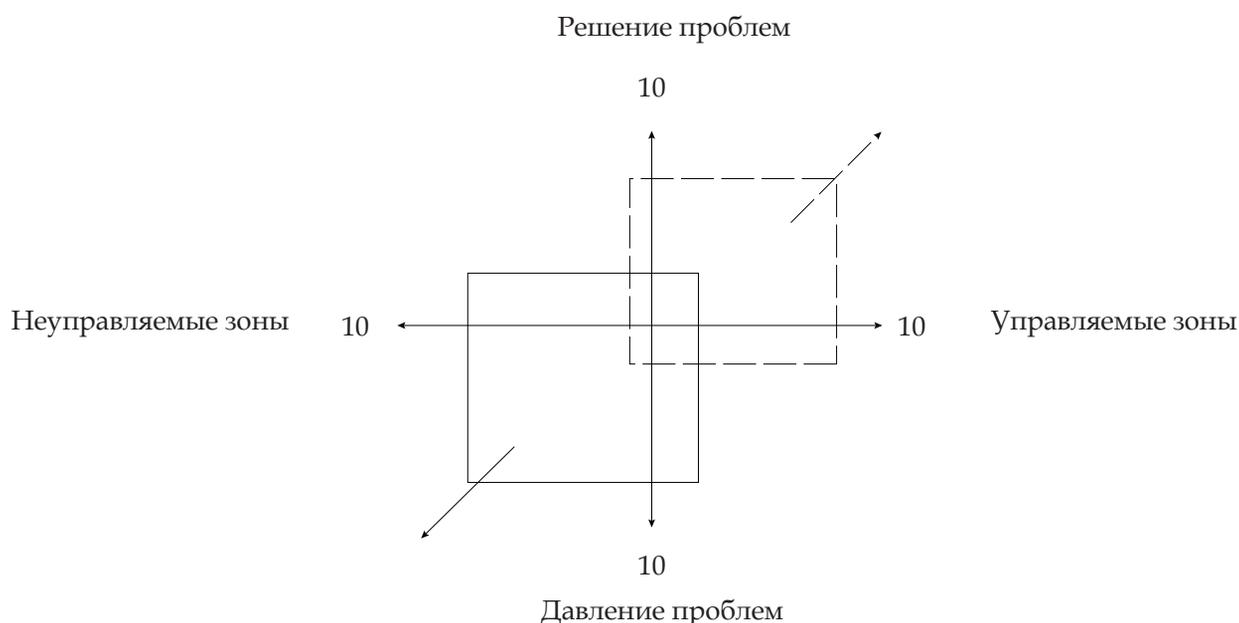
Для главы фирмы «человеческий фактор» таит в себе обилие разнообразных психологических, социально-психологических и социологических проблем, которыми как-то надо управлять. Но не в этом он видит суть управления. Доминирующим в его сознании оказывается то, что поддается управлению организационно и экономически. И если возникают проблемы управления поведением сотрудников, он может решать их авторитарным способом. И это зачастую бывает оправданно.

В частной фирме консультантам приходится сталкиваться с очень трудными психологическими проблемами. Ведь фирма является детищем ее создателя. Он создал ее по своему образу и подобию, то есть под ту «Я-концепцию», которая является главным регулятором его управленческого поведения в организации дела и работников. «Я-концепция» может быть и волюнтаристской, и максималистской, и патерналистской, и прагматической. Чаще всего в ней причудливо сочетается все вместе. И фирма оказывается отраженной копией ее владельца и ее управляющего. Вот здесь-то и скрываются тайны успехов и неудач консультантов.

Если он «расшифрует» психологическую шараду «Владелец – Персонал – Фирма», он может сконструировать такой сценарий, который «задает» новое видение фирмы ее владельцу. И тогда он будет работать не под те задачи, которые ему первоначально поставил ее владелец – президент или генеральный директор. Он станет работать по своему сценарию, ставя задачи главе фирмы. Это большое искусство консультанта. Ему можно научиться на собственном опыте методом проб и ошибок. И потому, те сценарии, которые разрабатывают и предлагают консультанты, обращены на самом деле к управленческим «Я-концепциям» первых лиц. По существу, эти сценарии выполняют разведывательную функцию: «А как поведет себя ОН, если я предложу ему такие шаги?» С таких пробных сценариев и начинается работа консультантов.

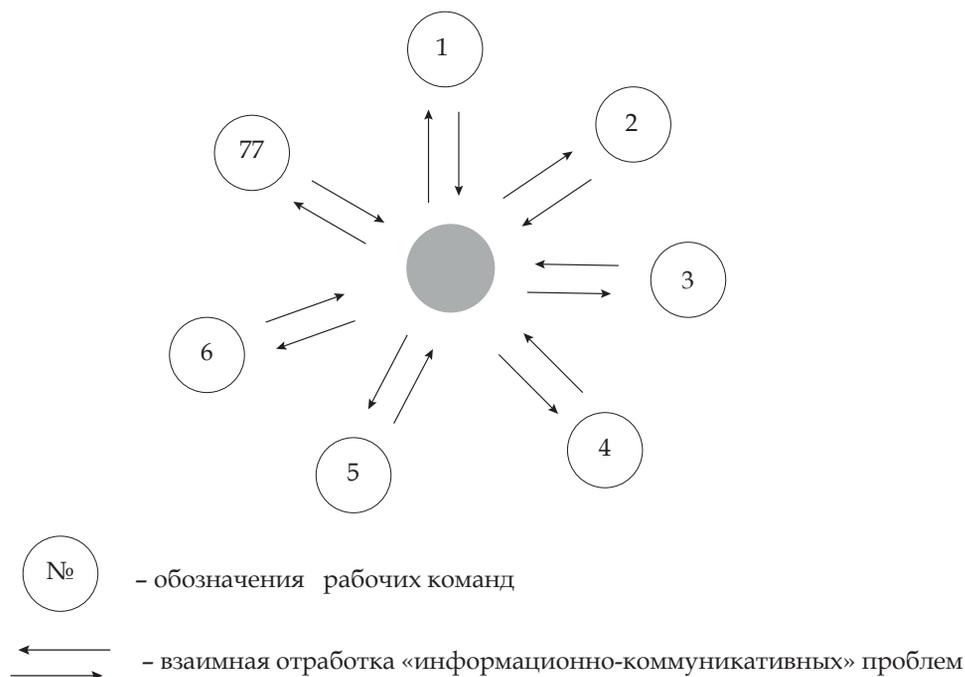
Однако бывает и так, когда консультантам важнее определить управляемые и неуправляемые зоны в каждом сегменте (рис. 4). Это может быть сделано на основе организационной диагностики управленческих проблем на основе специализированных методик для каждого подразделения фирмы, для их «состыковок» между собой и вычленения трех типов проблем:

- «корневых» (или глубинно-причинных);
- основных, от решения которых зависят решения и всех остальных проблем (методика профессора А.И. Пригожина);
- актуальных, которые необходимо решать как можно быстрее. Консультантам важно сориентироваться в типологии этих проблем, хотя заказчику зачастую важно решение именно проблем актуальных.



Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 4. Проблемная ориентировка управления – основное противоречие на предприятии**  
**Figure 4. Problem management orientation – the main contradiction in the enterprise**



Источник: составлено авторами по материалам исследования

**Рис. 5. Игровая digital-модель «Курс»**  
**Figure 5. Gaming digital-model "Course"**

Изображение «проблемного поля» фирмы в такой ориентировочной digital-модели, где нижний квадрант наполнен проблемами, а верхний – предполагает их решение, дает возможность консультантам встретиться с главой фирмы, чтобы обсудить вероятность разработки того или другого организационного сценария в обучающем консалтинге. Именно обучающий консалтинг в форме семинаров и коротких деловых игр помогает, как правило, выработать решения многих проблем перехода к цифровому управлению и уменьшить их давление на главу фирмы, и топ-менеджерам. Такой подход может быть особенно интересен в переходный период цифрового управления. В такой консалт-разработке моделируется новая должность – директор по развитию цифровой специфики предприятия, который должен организовать сотрудничество между а) подразделениями и б) работниками. Она может быть названа КУРС (Команда – Управление – Риски – Стимулы).

Цифровая модель такой консалт-разработки представлена ниже (см. рис. 5). Ее сущность заключается в том, чтобы отработать на компьютерах взаимодействие подразделений и персональных работников в решении новых проблем цифровой экономики, т.е. обеспечить принципиально новый курс развития предприятия. Такие консалт-разработки учитывают российские и региональные особенности перехода к цифровой трансформации предприятий, исходя из американского, европейского и азиатского опыта.

Этот первичный консалт-тренинг «закладывает» основы для продолжения разработок в таких обучающих

компьютерных играх, которые помогут выбрать приемлемый вариант первичного вхождения в сложную систему цифровой экономики, цифровых технологий и цифрового управления (Красовский, 2018).

Исходя из сказанного выше, можно сделать следующие выводы.

1. Организационная консалт-диагностика в цифровом формате дает возможность наглядно оценить управленческие возможности главы фирмы, директора по цифровому развитию и топ-менеджеров в цикличной временной динамике, начиная от производства товарной продукции и ее реализации на рынке. Главным в этой методологии управленческого консультирования является выявление степени конкурентноспособности фирмы «здесь и сейчас», а также в перспективе.

2. Визуаграфическая digital-диагностика консультантов в наглядной форме дает им возможность оценить управленческие поля фирмы с точки зрения управляемости и неуправляемости. Главным в этой методологии является вычленение корневых, основных (ключевых) и актуальных проблем для их разрешения в тренинговых консалт-вариантах.

3. Тренинговая организация цифрового консалт-обучения, направленная на выявление и устранение неуправляемых зон в кризисные периоды перехода предприятия в цифровой формат, является главным направлением в управленческом консультировании. Оно становится его дальнейшим конструктивным продолжением и оказывается интерактивным консалтингом «обучения действием».

## БИБЛИОГРАФИЯ

Корсакова М.М. (2019). Менеджер трансформации. М., АСТ.

Красовский Ю.Д. (2000). Сценарии организационного консультирования / Национальный фонд подготовки управленческих и финансовых кадров. Государственный университет управления. Серия оригинальных российских изданий: учебное пособие. М.: ОАО «Типография «Новости». С. 21–24; 54–55.

Красовский Ю.Д. (2018). Персономные социальные исследования цифровой трансформации деловых организаций. Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Революция в управлении: Новая цифровая экономика или новый мир машин. Материалы II Международного научного форума. Под общей редакцией П.В. Терелянского. Выпуск 4. Государственный университет управления. Москва. С. 37–41.

Маккем К. (1999). Управленческий консалтинг. Пер. с англ. М., Дело и Сервис. С. 92–122.

Пригожин А.И. (2003). Методы развития организаций. М., МЦФЭР. С. 232–244 с.

Роджерс Д.Л. (2017). Цифровая трансформация: практическое пособие. Пер. с англ. М., Издательская группа «Точка».

Шевченко С.Г. (2010). В зоне турбулентности. Российские консультационные компании в условиях кризиса. М.: Ваш полиграфический партнер. С. 38–46; 71–79; 123–127.

## REFERENCES

Korsakova M.M. (2019), *Menedzher transformatsii* [Transformation Manager], AST, Moscow, Russia.

Krasovskii Yu.D. (2000), *Stsenarii organizatsionnogo konsul'tirovaniya* [Organizational consulting scenarios], Natsional'nyi fond podgotovki upravlencheskikh i finansovykh kadrov, Gosudarstvennyi universitet upravleniya, Seriya original'nykh rossiiskikh izdaniy: uchebnoe posobie, ОАО «Типография «Новости», Moscow, Russia.

Krasovskii Yu.D. (2018), “Personomnye sotsial'nye issledovaniya tsifrovoi transformatsii delovykh organizatsii” [“Personal social research of digital transformation of business organizations”], *Shag v budushchee: iskusstvennyi intellekt i tsifrovaya ekonomika. Revolyutsiya v upravlenii: Novaya tsifrovaya ekonomika ili novyi mir mashin. Materialy II Mezhdunarodnogo nauchnogo foruma*, pod obshchei redaktsiei P.V. Terelyanskogo, Vypusk 4, Gosudarstvennyi universitet upravleniya, Moscow.

Mankhem K. (1999), *Upravlencheskii konsalting* [Management Consulting], Per. s angl., Delo i servis, Moscow, Russia.

Rodgers D.L. (2017), *Tsifrovaya transformatsiya: prakticheskoe posobiye* [Digital Transformation: A Practical Guide], Per. s angl., Izdatel'skaya gruppa “Tochka”, Moscow, Russia.

Prigozhin A.I. (2003), *Metody razvitiya organizatsii* [Organization development methods], MTsFER, Moscow, Russia.

Shevthenko S.G. (2010), *V zone turbulentnosti. Rossiiskie konsul'tatsionnye kompanii v ysloviyakh krizisa* [In the zone of turbulence. Russian consulting companies in crisis], Vash poligraficheskii partner, Moscow, Russia.