УДК 65.012.613

JEL M15, C13

DOI: 10.17213/2312-6469-2021-4-66-72

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В СФЕРЕ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

© *А.В. Карев* 2021

ООО ИТТ, г. Москва, Россия

В статье проведен анализ динамики развития цифровой среды. Рассматриваются особенности взаимодействия людей, возникающие в сфере цифровых коммуникаций и проблемы, с этим связанные.

Ключевые слова: *цифровое пространство, цифровые коммуникации, электронная социализация, большие данные, виртуальная и дополненная реальность..*

INTERACTION IN THE DIGITAL COMMUNICATIONS FIELD

© *A.V. Karev* 2021

ITT Ltd, Moscow, Russia

The dynamic of the development of the digital environment is analyzed in the paper. The features and problems of human interaction that arise in the field of digital communications are discussed.

Keywords: *digital space, digital communications, electronic socialization, big data, virtual and augmented reality.*

Нарастающие в современном обществе процессы цифровизации порождают ряд существенных изменений и связанных с ними проблем. Новые формы коммуникаций в цифровой среде в корне изменили традиции межличностного общения: мобильные средства связи обеспечивают повсеместную и круглосуточную доступность; компьютерные системы создают условия для обработки и хранения больших объёмов данных; гаджеты всевозможных видов и модификаций позволяют осуществить доступ к различного рода информационным источникам и передавать разнообразные данные – от голосовой речи и текстовых сообщений до изображений и видео. Следствие этого – трансфер многих человеческих активностей в

цифровое пространство, породивший совершенно новую среду общения между людьми, а также сужение сферы традиционных коммуникаций между людьми.

Массовое развитие бесплатных сервисов стимулирует людей к общению с использованием разнообразных электронных средств коммуникаций: от многофункциональных мессенджеров, способных передавать текстовые сообщения, речь, и изображения, – до социальных сетей и тематических сайтов, интегрирующих миллионы пользователей в разных частях планеты, вовлекая их в сетевые коммуникационные структуры. Люди всё более переходят на общение через гаджеты, и все более на общение не вербальное, а символьное или образное.

Однако способности человека ограничены: он медленно воспринимает символьную информацию, быстрее образы (изображения). Но современные цифровые системы многократно превосходят человека по таким параметрам как скорость и объёмы коммуникации и начинают играть самостоятельную роль в цифровой среде.

Существенно меняются также системы взаимодействия индивидуума с различными структурами общества: от появления цифровых сервисов самого разного рода (более быстрых и удобных) до создания системы электронных выборов.

Кардинально меняются каналы продвижения и дистрибуции в экономической сфере: развитие цифровых платформ породило многосторонние рынки и перекрёстные сетевые эффекты, а также юнит-экономику, являющуюся сегодня базисом для расчёта эффективности цифровых проектов.

Как сформулировано в [5]: «На общем уровне платформы – это цифровые инфраструктуры, которые позволяют двум и более группам взаимодействовать, поэтому они позиционируются как посредники, соединяющие между собой различных пользователей – покупателей, рекламодателей, поставщиков услуг и товаров, производителей, и даже физические объекты. Довольно часто эти платформы предлагают также некий набор инструментов, которые позволяют пользователям конструировать собственные продукты, услуги, или рынки...». Это уже совсем иной уровень коммуникации самых различных пользователей, которые порой выступают в нескольких ролях: например, тестировщиков, покупателей и продавцов программного обеспечения.

Электронные средства коммуникации породили широкий спектр методов рекламы с использованием цифровых средств, таких как: SEO продвижение сайтов, контекстная реклама сайтов или приложений, SMM-активность, баннерная реклама, реклама у блогеров, СМС и текстовые сообщения, реклама в приложениях, цифровое телевидение, цифровые гаджеты и терминалы и др., а также расширили возможности вирусного и

теневое маркетинга. Они же привели к возникновению методов интерактивной рекламы, виртуальной и дополненной реальности.

Всё это характеризует цифровую среду как систему, в которой взаимодействуют широкие массы индивидуумов, и современные средства коммуникации обеспечивают их взаимодействие на практически на любом расстоянии и с гигантским трафиком. Сейчас общение вышло далеко за рамки отдельных регионов и стран, сильно увеличив количество индивидуальных контактов и объёмы передаваемой информации.

Следствием изменившейся системы взаимодействий является электронная социализация, т. е. адаптация человека к условиям, ценностям и моделям поведения в цифровой среде. Она отличается от социализации в человеческом обществе, предполагающей непосредственный контакт человека с человеком, ведёт к разделению людей и расширению общения в виртуальной среде. Электронные средства и цифровые инструменты из средств превращаются в ценности нового цифрового общества.

Внедрение цифровых технологий создаёт ситуацию «цифрового равенства» в сфере труда: большинство сотрудников – операторы цифровых систем с небольшими вариациями в квалификации и зарплате, среди них выделяются профессионалы высокого уровня и системные администраторы. Стирается грань между фрилансерами и сотрудниками, работающими в офисе.

Всё это ведёт к возникновению более «плоской» структуры компании с короткой управляющей вертикалью, где сотрудники напрямую общаются с различными отделами и с руководством. Вместе с тем цифровые коммуникации увеличивают норму управляемости, предположительно до 10-20-ти человек, расширяя возможности оперативного контроля подчинённых.

Параллельно с этим развивается и «цифровое неравенство»: в цифровой среде трудно отслеживать и проверять информацию непрофессионалам, части общества вообще крайне трудно пользоваться цифровыми устройствами. Люди оказываются в полной зависимости от тех, кто лучше владеет цифровыми инструментами.

При приёме на работу уже начинает играть заметную роль цифровой аспект: фильтрация персональных данных производится в цифровом формате, что меняет сам характер восприятия потенциальных кандидатов.

Важным аспектом современной цифровой среды является также усиление процесса «размывания» границ компании, поскольку всё больше информации (зачастую ключевой) её сотрудники черпают во внешних информационных источниках.

Как отмечал П. Друкер [1], значительная часть возможностей компании находится вне неё, и он был прав. В цифровой экономике возможности для развития компании – это прежде всего информация в самых различных источниках – от Интернета до баз и файлов данных.

Меняется мышление людей: они стремятся меньше думать и больше искать информации в цифровой среде. Вместе с тем происходит быстрое стирание устаревшей информации и доступный исторический пласт в памяти человека становится всё более «узким», люди всё меньше знают о прошлом. Нарастает потребность всё время быть «в сети» и работать с большими объёмами информации. Улучшается «информационная доступность» и усиливается контроль над человеком, при этом увеличивается «информационная нагрузка» на человека.

Современный человек становится всё более привязанным к цифровым сетям: сеть определяет форматы общения, манеру поведения и характер действий человека, выбор им товаров и услуг, и т. д. Мы всё меньше обращаемся к своей памяти, и всё чаще к электронным системам. Успешность сегодня во многом определяется умением добывать и правильно использовать информацию, а не способностями человека.

Возможность свободной коммуникации в информационных сетях породила новую среду общения и получения информации. Сегодня источниками информации служат сетевые знакомые, известные блогеры, замещающая порою официальные источники информации. При этом открытым остаётся вопрос о том, насколько предоставляемая ими информация является точной и верной.

Сегодня нет проблем практически анонимно публиковать о ком-то информацию, которая будет видна лишь ограниченному кругу пользователей вследствие ограничения доступа к ней или вследствие перегруженности информационной среды, где её сложно будет найти. И субъект даже не узнает о существовании этой информации, которая формирует представление о нём.

Электронный спам в целом представляет сейчас серьёзную проблему, поскольку блокирует важные сообщения [2]. Ещё более значительной угрозой являются различные виды электронного мошенничества, системы защиты от которых оставляют желать лучшего.

Психология поведения людей в цифровом мире с растущими потоками информации меняется. Сегодня поиск данных осуществляется в плохо структурированной информационной среде, возможность оценки которой крайне ограничена человеческими способностями, где нахождение решения может быть следствием случайного, а не целенаправленного поиска.

В человеческом обществе всегда существовали проблемы коммуникации по самым разным причинам, среди которых:

- языковые барьеры;
- культурно-психологические различия;
- терминологические расхождения (например, технический сленг);
- разница в понятиях и способе мышления.

И коммуникационные процессы между людьми никогда не были простыми и однозначными. Человеческая история полна событий, окра-

шенных непониманием, провоцирующем недоверие и ограничение контактов между самыми различными общественными группами. Даже такое удобное для фиксации и сохранения информации изобретение человечества как письменность подверглось негативному воздействию как языковых различий, так и процессов «стирания» информации на длительных временных этапах – когда летописцы не могли полностью понять и восстановить события далёкого прошлого, современниками которых они не являлись.

Существенным барьером для общения людей всегда служили языковые различия (по некоторым историческим данным – со времён попытки строительства Вавилонской башни).

Теперь для общения с цифровыми системами людям приходится изучать базы данных и языки программирования семейства С, Питон, R, PHP, HTML, Java и др. На сегодня это удел узкой группы специалистов, недоступный другим членам общества, как когда-то в древности немногим была доступна грамотность или знание специальных «тайных» языков.

Определённую роль здесь играет качество оборудования и программного обеспечения, которое нередко требует сложных манипуляций и большого объёма знаний, а также подвержено сбоям и управляется дистанционно.

Сегодня нарастает проблема качественно иная: как обратиться к роботам, установить и поддерживать с ними информационный обмен, поскольку эти системы воспринимают и обрабатывают информацию гораздо быстрее и в гораздо больших объёмах и действуют по строго определённым (пусть даже гибким) алгоритмам, не отклоняясь от них ни при каких обстоятельствах. Человек обращается к цифровым системам, стремясь получить информацию или поддержку в принятии решения, а то и готовое решение сразу. Здесь уже цифровые системы контролируют людей.

Также посредством цифровых систем осуществляется контроль над людьми, поскольку цифровые системы пока ещё находятся под контролем человека. Но эта ситуация требует новых подходов к работе с информацией, прежде всего развитию методов работы с Big Data, а также таких направлений, как аналитика данных, Data Engineering и Data Science.

Сбор персональных и ряда других данных уже налажен на базе компьютеров и гаджетов, на очереди – разработка и массовое внедрение систем отслеживания поведения клиентов в торговых центрах и местах присутствия людей.

Сложно отследить серию сообщений мессенджера, регулярно посылаемых роботом. Разница в скорости обработки колоссальна, кроме того, цифровые системы могут запускать параллельные процессы гораздо быстрее и оптимальнее людей.

Робот-секретарь на телефоне давно стал неудобной и раздражающей реальностью в общении граждан с различными организациями и компани-

ями самого разного масштаба. Для клиента автоответчик сначала сгружает информацию о том, что он должен сделать: прослушать рекламу, оплатить счета за коммунальные услуги и т. п. И только после, погнав клиента по меню, ему предоставляют возможность связаться с оператором (если тот доступен). Это демонстрация позиции организаций само разного рода (в том числе и частных компаний), по отношению к клиенту, по поводу которой так много было сказано и написано во 2-й половине 20-го века. Службы поддержки и сервиса конца 20-го века были гораздо более гибкими и клиентоориентированными, поскольку в них работали живые люди, а руководство организаций уделяло существенное внимание их работе.

Цифровые компании перестраивают систему работы с клиентами, нарастает тренд потребности в экономии внутри самих компаний. У ряда цифровых гигантов даже нет официальных представительств в РФ, видимо они и так неплохо чувствуют себя в виртуальном внестрановом пространстве.

Сегодня самые разные структуры ещё и широко используют активность клиентов для выполнения ряда своих функций, вовлекая их таким образом в собственную систему работы на основе краудсорсинга: начиная с проведения оплат и заканчивая предоставлением различной информации о себе самим потребителем в форме заполнения электронных анкет. Краудсорсинг активно применяется и в системе государственного управления РФ [4].

Бюрократия в цифровой среде в своей основе существенно не отличается от бюрократии «доцифровой» эпохи: преобладание письменного общения над вербальным сильно ограничивает возможности вести диалог с компаниями и государственными структурами.

Вместе с тем нарастание процессов цифровизации и их проникновение во многие сферы жизни уже стало вполне осязаемой реальностью. Целый ряд сервисов упрощает нашу повседневную жизнь и предлагает широкий спектр возможностей как со стороны частных компаний, так и со стороны госструктур.

По данным Счётной палаты [3] имеет место рассогласование в работе госорганов по цифровизации сферы управления, вследствие чего под одну задачу создавалось множество цифровых систем и многократно тратились средства для достижения одной цели. Успехи достигнуты скорее в отдельных ведомствах: Росреестре, ФНС, Госуслугах. Поэтому процессы цифровизации в РФ развиваются не самым оптимальным образом и в определённой степени фрагментарно.

Эффективность цифровой трансформации более точно определяется не столько по количеству проектов и инвестированных в них средств, сколько по объёмам реализации цифровых продуктов в отношении к затраченным средствам.

С ростом количества информации и развитием цифровых систем обществу придётся столкнуться с целым рядом проблем в сфере коммуникации, в фокусе которых будет взаимодействие человека и цифровых систем.

Уже сегодня происходит изменение сознания людей – всё большую роль играет виртуальная реальность, как компьютерная, так и созданная сознанием самого человека. Настало время задуматься о том, как нам следует воспринимать окружающий мир: как привычно реальный или как виртуальную симуляцию.

Литература

1. Друкер П. Управление в обществе будущего / пер. с англ и ред. Е.В. Трибушной. – М.: «Вильямс», 2007. – 306 с.
2. Карев А.В. Проблема спама в электронных каналах коммуникации // Друкерровский вестник. – 2016. – № 1. – С. 228-232.
3. Фаляхов Р. Системная несовместимость: почему в РФ нет «электронного правительства» / Газета.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/business/2020/11/17/13364473.shtml?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&rcmrclid=1b50d94e6c98371f&updated, свободный. – Загл. с экрана.
4. Соколов М.С., Деев А.А. Краудсорсинг как инструмент модернизации системы государственного управления в Российской Федерации // Тренды и управление. – 2017. – № 2. – С. 45-54.
5. Срничек Н. Капитализм платформ / Пер. с англ. под науч. ред. М. Добряковой. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. – 106 с.

Поступила в редакцию

20.07.2021

Карев Александр Викторович – кандидат экономических наук, исполнительный директор, ООО ИТТ, г. Москва, Россия.

Karev Alexander V. – executive Director, PhD in Economics, ITT Ltd, Moscow, Russia.

Россия, 117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 14/1
14/1, Nametkina str., Moscow, 117420, Russia
e-mail: ros_70@mail.ru