

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Полоцкий государственный университет»

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей

II Международной научно-практической конференции,
посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета

(Новополоцк, 7–8 июня 2018 г.)

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2018

Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей II международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета, Новополоцк, 7–8 июня 2018 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2018. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.

Компьютерный дизайн М. С. Мухоморовой
Технический редактор А. Э. Цибульская.
Компьютерная верстка Т. А. Дарьяновой.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

ЭКСПЛУАТАЦЫЙНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ САЦЫЯЛЬНАЙ КАМУНІКАЦЫІ Ё ГРАМАДСТВЕ СПАЖЫВАННЯ

*А.Д. Крывалап, кандыдат культуралогіі, Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт,
г. Наваполацк, Рэспубліка Беларусь*

Сітуацыя грамадства спажывання не пакідае альтэрнатывы індывідам для канструявання ўласнай ідэнтычнасці акрамя як пад час працэсу спажывання. Развіццё сродкаў тэлекамунацыі прыводзіць да таго, што індывіды самі не ў стане апісаць сябе настолькі дакладна, як гэта могуць зрабіць алгарытмы, якія апісваюць паводзіны і асаблівасці спажывання новых медыя: дзе, з дапамогай якіх прылад і як доўга спажываецца тая ці іншая інфармацыя ў медыя, – усё гэта з максімальнай дакладнасцю фіксуецца і захоўваецца у выглядзе пазбаўленай персаніфікаванай інфармацыі ў базах дадзеных.

Віртуальная алгарытмічная ідэнтычнасць першапачаткова валодае мінімальным уплывам на афлайн-практыку, але па меры таго, як карыстальнікі ўсё больш актыўна пакідаюць сляды ўласнай прысутнасці ў інтэрнэце (дапаўняюць свой алгарытмічная профіль), то яны пачынаюць залежаць ад яе калі не карыстальнікі канструююць ўласную ідэнтычнасць, а за іх гэта робіць практыка выкарыстання медыя, канцэптуалізаваная ў выглядзе алгарытмаў спажывання, якая вызначае і прадпісвае ідэнтычнасць карыстальнікам. Пры гэтым праца па стварэнню ўласных алгарытмічных ідэнтычнасцей абсалютна не аплочваецца, і нават больш за тое, карыстальнікі самастойна пакрываюць выдаткі на яе стварэнне.

Мэта тэксту – абгрунтаванне магчымасці інтэрпрэтацыі сацыяльнай камунікацыі анлайн як вытворчай працы, вынікам якой з'яўляецца стварэнне падрабязнага профілю карыстальніка ў выглядзе алгарытмаў спажывання інфармацыі.

Эксплуатацыя як сацыяльны феномен грунтуецца на адчужэнні чалавека ад прадуктаў уласнай працы падрабязна апісаны Карлам Марксам яшчэ ў XIX стагоддзі. Менавіта эксплуатацыя з'яўляецца крыніцай фетышызаваанай дадатковай вартасці. Да пачатку XXI стагоддзя з'явіліся новыя формы эксплуатацыі, якія па вызначэнню не маглі быць апісаны ў пазамінулым стагоддзі, як і іх маштабы не маглі быць асэнсаваны.

Тут перш за ўсё неабходна адзначыць трансфармацыю ролі спажыўцоў. Так ад пасіўнага спажывання інфармацыі яны пераўтварыліся ў актараў, якія спрабуюць з дапамогай практыкі спажывання таго ці іншага ладу жыцця канструяваць ўласную ідэнтычнасць. Сеткавы капіталізм прапанаваў аб'яднаны варыянт вытворчасці і спажывання інфармацыі. Алвін Тоффлер прапанаваў тэрмін «прасьюмер» (prosumer), як вынік «прагрэсіўнага размыцця лініі, якая падзяляе вытворцу і спажыўца» [1, с. 267]. У выніку, «катэгорыя работніка замешчана новай катэгорыяй «прасьюмераў»: індывідуальных і аўтаномных адзінак вытворчасці, спажывання і прадпрымальніцтва» [2, с. 7]. Але замест шчаслівага сумяшчэння ў выніку размывання мяжы вытворчасці і спажывання чалавецтва апынулася перад тварам яшчэ больш жорсткай і нябачанай па сваіх маштабах эксплуатацыі.

Прынцыповай праблемай для алгарытмічнага падыходу будзе стан карыстальнікаў, калі іх індывідуальная ідэнтычнасць можа быць заменена або рэдукаваных да алгарытмаў спажывання медыя. Бо што можа апісаць карыстальнікаў лепш, чым яны самі? Практыка, гэта значыць тое, якім чынам карыстальнікі робяць што-небудзь не на словах, а на самой справе. Алгарытмы спажывання медыя можна разглядаць як структуральны прынцып сацыяльнай стратыфікацыі і арганізацыі. Як па аналогіі з тым, што недастаткова толькі даведацца да якіх

канфесій належаць вернікі, неабходна зразумець іх штодзённыя практыкі і знайсці ў іх праявы рэлігіянасці.

Тэрмін «алгарытмічная ідэнтычнасць» быў прапанаваны Джонам Чэйні-Ліппольдам. На яго думку, «сеткавая інфраструктура інтэрнэту, якая валодае тэхналагічнымі магчымасцямі каб адсочваць рух карыстальнікаў на розных вэб-сайтах і серверах, прывяла да з'яўлення індустрыі вэб-аналітычных кампаній, якія актыўна збіраюць інфармацыю аб фізічных асобах і тонка настройваюць камп'ютарныя алгарытмы, каб здабываць сэнс з гэтых дадзеных. Прадуктам многіх з гэтых кампаній і з'яўляецца новая алгарытмічная ідэнтычнасць, якая фарміруецца з дапамогай матэматычных алгарытмаў для катэгарызацыі ананімных карыстальнікаў» [3, с. 165]. Усё гэта прыводзіць да таго, што працэс ідэнтыфікацыі паступова пераносіцца ў віртуальную прастору. Д. Чэйні-Ліппольд піша пра лічбавую, а значыць, якая паддаецца вымярэнню і кантролю прастору. Калі такія істотныя параметры ідэнтычнасці, як пол, раса і класавая прыналежнасць вызначаюцца алгарытмамі аўтаматычна, то віртуальныя ідэнтычнасці карыстальнікаў існуюць аўтаномна ад іх фізічных тэл. І гэта вельмі нагадвае ідэю Джона Барлоў з яго «Маніфеста незалежнасці кіберпрасторы», калі ён пісаў пра тое, што «мы жывём не там, дзе жывуць нашы фізічныя целы» [4]. Калі для Дж. Барлоў гэта была светлая мара і магчымасць аўтаномнага існавання, то праз дваццаць год пасля з'яўлення гэтага маніфесту – гэта гучыць як антыўтопія.

Алгарытмічная падыход да разумення працэсу ідэнтыфікацыі карыстальнікаў не разглядае фарміраванне ідэнтычнасці, зыходзячы з эсэнціалістскіх уяўленняў. Хутчэй, наадварот, «алгарытмы дазваляюць перайсці да больш гнуткага і функцыянальнаму вызначэнні катэгорыі, якая ліквідуе неабходнасць гендэрнай ідэнтычнасці ў яго цялесных і сацыяльных формах і вызначэннях» [3, с. 170]. Іншымі словамі, калі па-за рамкамі алгарытмічнай ідэнтычнасці карыстальнік павінен быць адназначна аднесены да той ці іншай катэгорыі спажываўцоў (гендэрнай, рэлігійнай і г. д.), і гэты маркер застаецца з ім назаўжды, як быццам бы гаворка ішла аб высвятленні сацыяльна-дэмаграфічнага партрэта аўдыторыі, то ў рэчышчы прапанаванага алгарытмічнага падыходу ідэнтычнасць карыстальніка не фіксуецца адзін раз і назаўжды, а пастаянна перавызначаецца, дапаўняецца і абрастае новымі дэталямі і адметнымі характарыстыкамі. Ідэнтычнасць паводзін карыстальніка ўчора ўжо вывучана, сёння – размыта і знаходзіцца ў працэсе станаўлення. Што будзе заўтра? Фактычна, алгарытмы спажывання медыя «сёння» вызначаюць ідэнтычнасць карыстальніка «заўтра».

На фоне імклівага росту колькасці тэкстаў пра тое, як вывучаць сацыяльныя і культурныя праблемы ў кіберпрасторы, праблематычнасць вывучэння сеткавага грамадства, асобна вылучаецца палітэканамічны падыход, які практуецца Крысціянам Фуксам. Як адзначае К. Фукс: «Заработная плата, якая выплочваецца карыстальнікам за стварэнне прыбавачнай кошту роўная нулю, так што норма эксплуатацыі імкнецца да бясконцасці. Гэта азначае, што капіталістычны «прасьюмерызм» з'яўляецца апошняй формай эксплуатацыі, у якой праца прасьюмераў цалкам бясплатная» [5, с. 221].

У кнізе «Інтэрнэт і грамадства» К. Фукс разглядае адрозненні ў палітэканамічных падыходах да разумення кіберкультуры і прыходзіць да высновы, што «асноўны антаганізм кіберкультуры палягае паміж кіберкультурай супрацоўніцтва (сацыялізацыі) і кіберкультурай канкурэнцыі (адчужэнне, ізаляцыя, фрагментацыі). Першая культура заснаваная на каштоўнасцях, ідэях і структурах абмену і пабудовы зносін, другая – на значэннях, ідэях і

структурах, які ўзводзяць мяжы, канструююць класы і падзяляюць людзей. Уся кіберкультура супрацоўніцтва заснавана на ідэі адзінства ў разнастайнасці – дыялектычнай узаемасувязі аднаго і многіх. Канкурэнтная кіберкультура – на ідэях адзінства без разнастайнасці і разнастайнасці без адзінства – падзел аднаго і многіх » [6, с. 333].

Змест медыя заўсёды арыентаваны на пэўную мэтавую аўдыторыю і рэдакцыі спрабуюць быць карыснымі для яе, але ў той жа самы час гэта прыводзіць да павышэння ролі індывідуалізацыі. Стала менш глабальных формаў і праектаў, а больш карыснага і практычнага для жыцця і выжывання «маленькіх» людзей, якія пастаянна заклапочаныя індывідуальным спажываннем. Новыя медыя ў прынцыпе па змаўчанні прадугледжваюць індывідуалізацыю спажывання інфармацыі, што прыводзіць не да згуртавання і аб'яднання грамадства, а яго яшчэ большай і фрагментацыі.

Кожны з аўтараў, які спрабуе прымерыць падыход К. Маркса да сітуацыі XXI стагоддзя, спрабуе дадаць ўласны прыметнік да тэрміна капіталізм, каб паказаць змены, якія адбыліся з часу публікацыі «Капітала». Сеткавы, камунікатыўны або інфармацыйны капіталізм сёння даступны для нашага ўспрымання і не толькі ў віртуальнай прасторы.

На думку Джодзі Дін усё гэта цалкам ўпісваецца ў «камунікатыўны капіталізм, у якім змястоўная каштоўнасць паведамлення менш важная, чым яго менавы кошт, яго ўнёсак у мора інфармацыі, у паток або цыркуляцыю сэнсаў. Змест не мае патрэбы ў разуменні, неабходна толькі паўтарэнне, ўзнаўленне, перасылка. Распаўсюджванне – гэта кантэкст, умова для прыняцця або адхілення паведамлення» [7, с. 275]. Фактычна можна казаць пра сімуляванне інфармацыі, гульню з ёй у бадрыяраўскім сэнсе: «Гэта бясконцы цыкл, які захоўваецца дзеля сябе самога для таго, каб прайграваць розніцу паміж так званымі «старымі» і «новымі» медыя. Старыя медыя імкнуліся даставіць паведамленні. У новых медыя паведамленні проста цыркулююць» [8, с. 121].

У выніку мы з'яўляемся сведкамі паглынання глабальнай капіталістычнай тэхнакультурай самога феномена пасрэдніцтва і супрацоўніцтва ў сферы сацыяльнай камунікацыі: «Дыялектычны антаганізм паміж супрацоўніцтвам і канкурэнцыяй ляжыць у самым сэрцы інфармацыйнага капіталізму» [6, с. 120]. Але разам са знікненнем супрацоўніцтва паміж карыстальнікамі імкліва ўзрастае іх эксплуатацыя з боку карпарацый. Карыстальнікам прадастаўляецца магчымасць «бесплатна» выкарыстоўваць тую ці іншую платформу ў віртуальным асяроддзі для камунікацыі і ўзаемадзеяння з іншымі карыстальнікамі. Аднак гэтая ілюзорная «бесплатнасць» абарочваецца самым жорсткім рэжымам эксплуатацыі. Калі праца машын або любога іншага вытворчага абсталявання рэгламентуецца інструкцыямі і тэхнікай бяспекі, то для карыстальнікаў гэта трансфармуецца ў неўратызуючую «бессэнсоўную маніякальную актыўнасць» [9, с. 44].

Калі людзі гадзінамі абнаўляюць стужку навін у чаканні чагосьці вельмі важнага і значнага, што ніколі не з'явіцца ў іх стужцы навін. Адзіным сэнсам падобных дакучлівых дзеянняў будзе спажыванне максімальна магчымага аб'ёму цыркулюючых і паўтараючыхся інфармацыйных паведамленняў: «У апошні час атрымальнікі ўсё часцей становяцца актыўнай аўдыторыяй, якая вырабляе кантэнт і тэхналогіі, што не прадугледжвае дэмакратызацыі медыя, а галоўным чынам стварае новую форму эксплуатацыі аўдыторыі і карыстальнікаў» [10, с. 11].

Феномен эксплуатацыі не з'яўляецца статычным, хутчэй гэта дынамічная канцэпцыя, якая ўбірае ў сябе відавочны супраціў з боку карыстальнікаў навязванню новых правілаў, а з іншага – невыкараняльнае імкненне да аўтаномным форм спажывання, не такім як

прадпісвае платформа. Напэўна, самым яркім прыкладам такога супярэчнасці магла б быць рэклама, якая раздражняе карыстальнікаў, якія не разумеюць, што менавіта спажыванне рэкламы і з'яўляецца іх галоўнай але неаплачанай працай.

Таксама гэты прыклад можа быць ілюстрацыяй таго, як трансфармуецца сфера культуры, дакладней культурных індустрый, калі аўтаномнасць крэатыўных прадстаўнікоў культуры засталася ў мінулым і надыходзіць эра бясконцай эксплуатацыі. «Бясконцае эксплуатацыя азначае, што ўся ці амаль уся анлайн-актыўнасць і час праведзенае анлайн становяцца часткай тавараў, і ніякая доля гэтага часу не выплачваецца» [11, с. 104].

Прасьюмеры не ўсведамляюць, што ўключаны ў вытворчы працэс і іх лічбавай праца накіравана на стварэнне ўласных віртуальных профіляў або алгарытмічных ідэнтычнасцяў. І ў пэўным сэнсе лічбавая праца нагадвае класічныя формы рабства, але ёсць і істотныя адрозненні, найважнейшым з якіх «з'яўляецца рэжым прымусу: раб з'яўляецца прыватнай уласнасцю гаспадара, тады як лічбавы працаўнік не з'яўляецца прыватнай уласнасцю» [11, с. 273]. Але гэта не значыць, што нябачная і не ўсведомленая эксплуатацыя больш гуманная адносна эксплуатаемых. Буйныя сацыяльныя сеткі і карпарацыі пастаянна адсочваюць не толькі базавыя дэмаграфічныя звесткі, але і пошукавыя запыты карыстальнікаў, ўлічваюць тэхнічныя характарыстыкі браўзэраў і кампутараў, адзначаюць як і які кантэнт ствараецца карыстальнікамі і якія ўзнікаюць сацыяльныя сасункі з гэтай нагоды. Усё гэта ператвараецца ў «індывідуальныя, эмацыйныя, сацыяльныя, эканамічныя, палітычныя, культурныя звесткі пра карыстальнікаў. <...> Эксплуатацыя адбываецца ў гэтым таварным і вытворчым працэсе, чым больш часу карыстальнікі праводзяць у інтэрнэце, тым больш дадзеных пра іх, можа быць прададзена, і тым больш рэкламы ім можа быць паказана» [11, р. 276].

Ці існуе нейкі выхад з гэтай, здавалася б, тупіковай сітуацыі бясконцай эксплуатацыі, акрамя крытыкі ў рамках сацыяльнай тэорыі? К. Фукс адзначае, што для гэтага сацыяльным медыя ўсяго толькі і неабходна, што стаць сапраўды сацыяльнымі. Іншымі словамі перайсці ад прынцыпаў канкурэнцыі да супрацоўніцтва і пераасэнсаваць значэнне медыя ў грамадстве: «Людзі па сутнасці з'яўляюцца сацыяльнымі і грамадскімі істотамі. Ім трэба супрацоўнічаць, каб існаваць. Грамадства супрацоўніцтва патрабуе дэмакратыі на аснове ўдзелу, калектыўнай уласнасці і кантролю над сродкамі вытворчасці. Супрацоўніцтва і кааперацыя з'яўляюцца фундаментальнымі значэннямі тэрмінаў «сацыяльнае» і «соцыум» [12, с. 265]. Падобнае пераасэнсаванне таго, як магчыма гаварыць пра грамадства ў кантэксце росту папулярнасці новых медыя і ўзмацнення эксплуатацыі, з'яўляецца не проста задачай у плане рэалізацыі і рэвалюцыйным па сутнасці мерапрыемствам накіраваным на трансфармацыю сацыяльных практык. На падставе вышэй агучанага магчыма зрабіць выснову, што алгарытмічная ідэнтычнасць карыстальнікаў не вырашае ўсіх наяўных праблем, звязаных з канструяваннем ідэнтычнасці, але дазваляе перайсці на больш высокі ўзровень дыскусіі аб узаемадзеянні карыстальнікаў анлайн і тэхналагічнай складнікам камунікацыі. Па аналогіі з тым, як кожны чалавек мае унікальныя і непаўторныя адбіткі пальцаў, так і наша індывідуальная практыка спажывання медыя, нягледзячы на абезасобленыя дадзеныя, дазваляе казаць пра ўнікальную практыку іх спажывання. Як і сярод шматлікіх наведвальнікаў храмаў ёсць як шчырыя вернікі, так і выпадковыя людзі, а адрознівае іх менавіта практыка.

Література

1. Toffler, A. The third wave / A. Toffler. – New York : Bantam Books, 1989.
2. Fisher, E. Media and new capitalism in the digital age: the spirit of networks / E. Fisher. – New York, NY : Palgrave Macmillan, 2010. – 259 p.
3. Cheney-Lippold, J. A New Algorithmic Identity: Soft Biopolitics and the Modulation of Control / J. Cheney-Lippold // Theory, Culture & Society. – 2011. – № 6 (28). - P. 164–181.
4. Barlow, J.P. A Declaration of the Independence of Cyberspace [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html> Дата доступа: 10.05.2018.
5. Fuchs, C. Class and Exploitation on the Internet / editor T. Scholz. – New York : Routledge, 2013. – P. 211–224.
6. Fuchs, C. Internet and society: social theory in the information age / C. Fuchs. – New York : Routledge, 2008. – 398 p.
7. Dean, J. The networked empire: communicative capitalism and the hope for politics / J. Dean. – New York: Routledge, 2004. – P. 265–288.
8. Dean, J. Blog theory: feedback and capture in the circuits of drive / J. Dean. – Cambridge, UK; Malden, MA: Polity, 2010.
9. Жижек, С. Интерпассивность. Желание: влечение. Мультикультурализм / С. Жижек. – Санкт Петербург: Алетейя, 2005. – 156 с.
10. Marx and the Political Economy of the Media / editors C. Fuchs, V. Mosco. – Leiden; Boston : Brill, 2012. – 614 p.
11. Digital Labor the Internet as Playground and Factory / Edited by Trebor Scholz. – New York : Routledge, 2013.
12. Fuchs, C. Social Media: A Critical Introduction / C. Fuchs. – London: Sage Publications, 2014. – 304 p.