

УДК 316.422

**ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО КАК РЕГРЕСС ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА  
В КОНЦЕПТЕ ПРОСВЕЩЕНИЯ****А.А. КНЯЗЕВИЧ***(Представлено: канд. культурологии, доц. А.Д. КРИВОЛАП)*

*Рассматривается интернет пространство, как регресс постиндустриального общества в концепте Просвещения М. Хоркхаймера и Т. Адорно.*

Тенденции и факты, говорящие о важности интернет пространства, как опосредователя социальной реальности предоставляют возможность подвергнуть их критическому воззрению. С помощью концепции представителей Франкфуртской школы, М. Хоркхаймера и Т. Адорно представленной в их главном труде «Диалектика просвещения», будет предпринята попытка описать существующие процессы «медийности» происходящее в современном социуме и продемонстрировать возможные негативные последствия «интернетизации» существующего общественного порядка. Посредством идеи «персонализации интернета» отраженной в книге Эли Паризера «За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас?», будет описан ряд процессов, говорящих о негативной стороне интернет технологий.

Главной идеей лежащей в концепте Просвещения, лежит не некая эпоха, общественное движение, а процесс развития цивилизационного пути человечества для его более гуманного развития и существования. Оно выступает не просто неким политическим курсом, законодательством, а по мнению теоретиков является органом господства и определенным мышлением, заключающимся в безотказном признании и вере в новые тенденции, происходящие в определенный период времени. Мышление, в котором «на ум не приходит ни одного выражения, которое не стремилось бы соответствовать господствующим в мышлении тенденциям» [1, с.10]. Но подобный процесс всегда приходит к регрессу, то есть каждое целенаправленное развитие для улучшения общества, всегда оборачивается неудачей, создавая новые препятствующие феномены и структуры, для ликвидации которых и предпринимались усилия. Просвещение в своем положительном ключе характеризуется, как процесс распространения знаний и культуры, ориентированная на разум, познание, свободу, противостояния любым заблуждениям и характеризующаяся как воспитательно-образовательная система. Подобные тенденция присуще обществу с давних времен, до современности. Еще с первобытности люди избавлялись от язычества, расколдовывая природные процессы и давая им рациональное пояснение. Но в дальнейшем уйдя от верований в многоликих богов, человечество пришло к религии, в основе которой так же лежит вера в нечто загадочное и несуществующие в физическом мире. На смену религии, как инструмент более эффективной манипуляции и управления (каким до этого являлась религия), приходит наука. Вера в технический прогресс характеризовалась уверенностью человечества в улучшающие функции научных открытий и техноразвитие многих сфер. Научно-технический прогресс в свою очередь создавал адекватные ему формы организации труда и общественного строя. Регресс индустриального общества заключался в том, что все порожденное этим процессом (техника, общ. структуры) для улучшения деятельности человека в различных сферах, сопровождающиеся идеей освобождения (от трудовых, мыслительных процессов в их положительном ключе), привело к новым порабощающим процессам индивида (зависимость от техники и «просвещенных»). Технологизация и капиталистические отношения, привели к регрессии масс, заключающейся в «неспособности собственными ушами слышать неслышимое, собственными руками дотрагиваться до неосознанного» [1, с.53]. Общество принципом которого было освобождение, снова тотально оглушено и зависимо. Просвещение в его традиционном значении, как спасительная эпоха, тенденция, ориентир в построении действительности и цивилизации, «превращается в тотальный обман масс» [1, с.60]. Подобный ход существования человеческой цивилизации можно отобразить в форме циклического процесса: → **Просвещение** (как освобождение, через прогресс от различных сил, властных отношений) → **Регресс** (новые властные отношения, зависимость от порожденных предшествующими процессами тенденций)→.

На смену индустриальному обществу приходит постиндустриальное общество, главным критерием которого является информационность (субстратом, характеризующим данное общество, является информация, знание). На смену когда-то революционному пролетариату, вырастает «перспективный» креативный класс<sup>6</sup>, на смену заводам, приходят digital агенства. Что же выступает верой для постиндустриального общества и к какому регрессу «развивается» современное общество?

<sup>6</sup> Понятие, предложенное Ричардом Флоридой для социальной группы, занятой в постиндустриальном секторе экономики, по его мнению, это часть населения стала самой влиятельной социальной группой современного общества. Так называемый творческий класс характеризуется горизонтальным перемещением по служебной лестнице, предпо-

Если для индустриального общества основным каналом средством массовой коммуникации (СМК) были радио, печатные издания и электронные средства передачи информации, то теперешние столетие знаменуется верой в развитие интернет технологий, значительно изменившим процессы передачи и принятия информации. Так называемые «новые технологии» признаются и остаются желанными, как показатель современного, развитого и прогрессирующего общества. Их обратная сторона (негативные влияния и последствия) изучается меньшинством и далеко не в прикладной деятельности, а все сторонники «интернет свободы» не способны противостоять корпорациям имеющим коммерческий, а не этический характер в своих целях. В свою очередь составляющее медиа, включают в себя эффективные, обманчивые методы социального контроля над индивидами, которые лежат в самом функционировании системы. Получается технооптимизм теперь зиждется в интернет пространстве и проявляется не просто в применении машин для деятельности в некоей сфере, а верой в информационную революцию, которая должна объединить людей, предоставлять более точную информацию, ликвидировать различные ограничения (географические, цензурные и т.п.) и являться новой эпохой «прозрачности» для общественных институтов приводящей в свою очередь к демократизации и объективности социальных процессов. Но «прозрачность» коснулась далеко не того, что планировалось или ожидалось, а привела к «счислимости индивида», это касается всех тех процессов онлайн, как места для «публичной обнаженности» различных сфер жизнедеятельности индивида.

Интернет в своем изначальном положительном смысле, является символом свободы, открытости и гласности. Но теперешние функционирование этой системы уже не является таким прозрачным «окном в мир», как раньше. Чему поспособствовала персонализация интернета (таргетированная реклама, персонализированный поиск и отслеживание). Главным трендом сети стала релевантность. Интернет-компании монополисты, вроде Google и Facebook создают для пользователя уникальную, индивидуальную информационную вселенную. Через персонализацию, основывающуюся на цифровых следах, оставленных пользователями, они предоставляют только «нужную» информацию, что ведет к утере виденья объективной картины мира, получая только определенный вариант без альтернативных точек зрения, созданный специально под каждого пользователя. Основой новой версией интернета стали фильтры, изучающие предшествующие действия либо интересы похожих людей. «Предсказывающая» интересы, создается уникальная информационная вселенная для каждого, фундаментально меняющая подход к восприятию информации. Некогда свободный интернет, стал контролировать и ограничивать нас в информации и действиях. Следствием этого являются следующие факторы:

- Через фильтры и алгоритмы, используемые интернет-платформами, пользователю предоставляется лишь отредактированный вариант информационного дискурса. Отсутствует совместный доступ к информации (одинаковый запрос на поисковом сайте выведет совершенно разные результаты), приводящий к изоляционному информированию.

- Само это функционирование не замечается пользователями, которые даже не подозревают, что из предоставленной информации что-то убрали. Более того сайты не информируют каким они видят пользователя и по каким критериям предоставляют информацию. Пользователь вынужден потреблять информацию изначально «отиндефицированную» конкретно под него, которая в свою очередь будет влиять на личность пользователя. Выходит, формирование личности становится опосредованным функционированием технических алгоритмов.

- Эти алгоритмы прописываются техническим персоналом корпораций, сделанных для удобства в первую очередь самого существования сервиса. Отбор информации производится машинами, прописанные под те или иные функции. Без ведома и желания пользователь оказывается за стеной фильтров, созданной техническим функционированием, которое совершенно неосмысленно общественным воззрением и гуманитарными сферами.

Изменения политики конфиденциальности и алгоритмов компаний происходят односторонне, пользователи не участвуют в разработке и принятии тех или иных механизмов. И за частую эти нововведения остаются слабо освещаемыми. Так же избегло из публичности сообщение от Google 4 декабря 2009 года, заголовок которого выглядел, как «Персонализированный поиск для каждого» [2]. С того времени компания начала собирать и использовать информацию начиная от места где произошел вход в сеть, при помощи какого браузера и заканчивая какие поисковые запросы вводит пользователь, для распознавания кем он является и какие страницы ему нравятся больше, выходя из пользовательской активности. И даже если подобное функционирование не устраивает участника сети, система все равно будет адаптировать результаты поиска и выводить те ссылки, которые по ее прогнозу, вероятнее интересны и

---

читает духовное удовлетворение вместо материального, обладает выраженным чувством индивидуальности и личной свободы. Поле деятельности креативного класса включает такие профессии, как журналистика, специалисты PR, ученые и т.д. См. подробнее: Mellander C., Florida R. *The Creative Class or Human Capital* // *Creative Destruction*. – 2008. – Vol. 1, v 1.

оптимальны для пользователя. Этот момент можно считать незаметной революцией в потреблении информации.

Цифровой мир фундаментально претерпевает изменения, о которых никто не предупреждает. Такая автоперекройка медийного пространства, исключила гражданское (пользовательское) участие в данном процессе. Некогда анонимное пространство, стало средой существования личной информации за которой охотятся крупнейшие компании (Google, Facebook, Apple и Microsoft). Получая бесплатное пользование сервисом, пользователь взамен жертвует информацией о себе, хранение которой в тайне гарантируется далеко не всеми сервисами. Да и заголовки политик конфиденциальности «мы используем ваши данные только для улучшения наших сервисов», стоят под большим вопросом и их объемный формат зачастую отталкивает пользователя с ознакомлением. В большинстве своем подобный «шпионаж» используется для коммерческих целей. Товаром информационного рынка онлайн выступают данные слаживающиеся из каждого клика. Потребляя пользователь «платит» сервису своими действиями.

Главной проблематикой персонализации является ее влияние на информацию и пути для ее получения. Сервис Google Instant, запущенный в 2010 году и угадывающий, что ищет пользователь по мере ввода букв, показывает огромный потенциал данной функции, негативность которого заключается в определении/предоставлении определенного информационного потока. Подобная функция стала присущи многим сервисам где присутствует ввод текста. От исправления орфографии до автоподбора слов, данный функционал предоставляет возможность вести и популяризовать определенный и нужный курс, что несет в себе большой потенциал данной функции и не совсем положительные последствия. Предоставление определенного, персонализированного касается многих моментов интернет пространства. Структуры ленты (какие новости и в каком порядке выводятся), рекомендации людей (возможные друзья, интересные страницы) и др. Информация подчиняется алгоритмам управляющие рекламой, которые начинают управлять нашей жизнью.

Подобная «отфильтровка» предоставления информации приводит к такому феномену, «как информационная изоляция». Система релевантности создает рамки потребляемой информации и превращается в невидимую систему автоматической пропаганды, внушающие нам отобранные алгоритмами идеи, отсылающие ко всему знакомому, оставляя в неизвестности альтернативные источники и информацию. Утеря объективности создается из усиления предрассудков и ликвидации новых впечатлений и идей, служащих для развития личности, ставя под вопрос самостоятельного выбора жизненного пути и стиля.

*“И каким бы властелином собственной судьбы вы себя ни считали, персонализация способна завести вас на путь информационного детерминизма, когда то, с чем вы ознакомились в прошлом, определяет то, что вы увидите далее: веб-история, которую вы обречены повторять без конца. Вы застрянете в статичной, постоянно сужающейся версии себя, в бесконечной «я-петле».”* [3, с.2]

Такой «замкнутый цикл идентичности» можно изобразить в виде циклического процесса: → информация, определяющая медийную среду → медийная среда определяющая будущие предпочтения →.

«Поток точной информации и прилизанных развлечений одновременно и умудряет, и оглушает людей» [1, с.12]. Такой онлайн маршрут всеми его особенностями кроме утери объективности, обладает упадком «сближающего капитала». Окружающие нас оффлайн люди, отдаляются за счет процессов онлайн. Интернет, как источник сближения, стал нас разъединять, ведь уже просто в повседневном общении могут создаваться недопонимания, т.к. освещение новостей и вывод информации по некому запросу, будут различаться, создавая разные виденья процессов.

Подводя итоги, то, что изначально прогнозировалось от эры интернета, как новой коммуникативной эпохи для совместного решения глобальных проблем, образовалось киберпространство искажающее социальную действительность. Сужая информационное поле, до индивидуальной лужайки с персонализированным видом газона и его длины, поливание которого так же индивидуально. Медиа выступает идеальным зеркалом индивидуальных интересов и желаний, использование чего позволяет существовать подобному процессу. Интернет-ландшафт, создаваемый программистами корпораций посредством алгоритмов, успешно осуществляет поддержку развитию системы в таком направлении. Очередной регресс в Просвещении человеческой цивилизации данного периода, аналогично предыдущим можно отобразить в циклическом виде: → вера в **новые технологии**, как **пространства новых коммуникационных возможностей** → пространство, характеризующееся **изоляцией пользователей** предоставление «персонализированной» информации, ведущей к **утере объективности, легко используемой в манипулятивных целях** →. Для избежания глобальной лоботомии, стоит осознать существующие негативные моменты, для принятия решений, способных изменить такой ход событий. Доминирующим компаниям, которые во многом определяют развитие интернет пространства, следует осознать свою ответственность перед обществом в их деятельности, которая перекраивает интернет среду в угоду далеко не обществу, для улучшения которого оно и образовывалось, и развивалось. Существующие инструменты должны контролироваться и использоваться самим интернет сообществом, а не тем, кто предоставляет такую возможность. Так же пользователи должны осознать важность и понять в каком положении находится пробле-

матика интернет пространства, так сильно влияющая на них. Они должны быть заинтересованы и активны относительно своих ролей, и отстаивать свои позиции, чтобы остаться включенными в процесс развития онлайн пространства и быть образованными пользователями.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер; Т.В. Адорно ; под ред. П. Здравова. – СПб. : Реноме, 1997. – 257 с.
2. GoogleBlog [Electronicresource] / Dec. 4, 2009. – Modeofaccess: <https://googleblog.blogspot.com.by/2009/12/>. – Dateofaccess: 14.09.2017.
3. Паризер, Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? / Эли Паризер ; пер. с англ. А. Ширикова. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 304 с.