

УДК 330.342.24

**«ЧЕЛОВЕК ИНФОРМАЦИОННЫЙ» КАК НОВЫЙ СУБЪЕКТ
ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ****Щербакова Л.Н., Евдокимова Е.К., Савинцева С.А.***Кемеровский государственный университет, Кемерово, e-mail: ludmilashc@yandex.ru,
elena_evdokimova@inbox.ru, ssa_svet@mail.ru*

Целью работы является представление «человека информационного» как нового субъекта цифровой экономики. Анализ опирается на авторскую позицию о трех возможных моделях становления цифровой экономики: малой цифровизации, большой цифровизации и полноправного информационного общества. Обосновано, что фигура «человека информационного» может иметь смысл только в третьем варианте существования цифрового общества. В работе охарактеризованы черты «человека информационного»: доминирование значения нематериальных стимулов, стремление к инновационным решениям, постоянное повышение квалификации, обогащение знаниями, работа в команде, умение сотрудничать и делиться информацией, легкость контакта с цифровыми технологиями, умение максимизировать применение их возможностей в труде, оценка креативного фактора как важнейшего ресурса человеческой деятельности, готовность к удаленной занятости, нахождение своего места в системе глобальных благ (экология планеты, сохранение природного богатства, социально-экономическое равенство, фундаментальная наука, планетарная безопасность и т.д.). Вместе с тем выявлено, что противоречивое становление цифрового общества может неоднозначно влиять на положение «человека информационного». Реальному ходу событий в большей мере соответствует вторая или первая модель цифрового общества, опирающаяся на рыночные отношения, где «человек информационный» выступает как объект массового воздействия и инструмент реализации целей других субъектов. В этой связи было обращено внимание на роль человека в манипуляциях цифровых финансов, рекламы, в увеличении электронного мошенничества, возрастания опасности потери занятости и нарастания безработицы из-за вытеснения рабочей силы современными технологиями. Главным выводом работы является необходимость включения вышеназванных положений в содержание современной цифровой политики, которая еще только начинает формироваться.

Ключевые слова: модель цифровой экономики, «человек информационный», креативная деятельность, электронное фрилансерство, удаленная занятость

«MAN OF INFORMATION» AS A NEW SUBJECT OF DIGITAL ECONOMY**Schcerbakova L.N., Evdokimova E.K., Savintseva S.A.***Kemerovo State University, Kemerovo, e-mail: ludmilashc@yandex.ru,
elena_evdokimova@inbox.ru, ssa_svet@mail.ru*

The aim of the work is presentation of the «person of information» as a new subject of the digital economy. The analysis is based on the author's position on three possible models of the formation of the digital economy: small digitalization, large digitalization and a full information society. It is substantiated that the figure of the «person of information» can make sense only in the third version of the digital society existence. The work describes the features of the «person of information»: the dominance of the intangible incentives importance, the desire for innovative solutions, constant development of skills, enrichment of knowledge, teamwork, the ability to cooperating and sharing information, ease of contact with digital technologies, ability to maximize the using of their opportunities in work, assessment of the creative factor as the most important resource of human activity, readiness for remote employment, finding their place in the system of global benefits (the ecology of the planet, the preservation of natural wealth, socio-economic equality, basic science, planetary security, etc.). At the same time, it has been revealed that the contradictory emergence of a digital society can have a ambiguous impact on the situation of the «person of information». The real course of events is more consistent with the second or first model of digital society, based on market relations, where the «person information» acts as an object of mass impact and a tool to realize the goals of other actors. In this regard, attention was drawn to the role of man in the manipulation of digital finance, advertising, in the increase in electronic fraud, the increasing risk of job losses. The main conclusion of the work is the need to include the above provisions in the content of modern digital policy, which is just beginning to take shape.

Keywords: digital economy model, «man of information», creative activities, electronic freelance, remote employment

Рыночная экономика, как известно, поведение индивида описывала моделью «человека экономического». Подобный субъект целью своего существования ставит свое личное благосостояние, причем он стремится максимизировать удовлетворение своих потребностей, минимально сокращая потери. Цифровая экономика как явление новой экономики отражает новый уровень

развития производительных сил, опирается на новые ресурсы, ставит новые цели развития. Логично предположить, что изменения затрагивают и субъектную основу, так, вместо человека «экономического» появляется человек «информационный» как центральная фигура новой экономики. В современных исследованиях все чаще ставится вопрос о положении отдельного индивида

в цифровой экономике, значении его личных эмоций, специфики его занятости [1]. Выявить, чем отличается новая модель человека – «человека информационного», как меняется характер его взаимодействия с миром – цель данной статьи. В рамках данного исследования логично применение диалектического метода для отражения стадийного развития общества, становления цифрового общества, сравнительного анализа, синергетического подхода, необходимого в объяснении проникновения цифровой революции в существующее общество и экономику.

Результаты исследования и их обсуждение

Наша позиция такова, что цифровая экономика – явление многозначное, ее можно построить по совершенно разным моделям. Самой простой моделью, по которой следуют многие страны с нестабильными экономиками, является «малая цифровизация», другими словами, ее можно характеризовать как модель юзерско-потребительской цифровизации. Ее содержанием будет вполне активное внедрение относительно дешевых информационных технологий, зачастую импортных. Страны, идущие по пути использования вышеназванной модели, могут лидировать по таким показателям, как увеличение лиц, пользующихся компьютером и интернетом, в применении мобильной связи. Отчасти это способствует даже повышению эффективности экономики, так как цифровизация может происходить в любых отраслях и сферах деятельности, может приносить хорошие результаты в виде общего снижения уровня затрат благодаря инновационному совершенствованию управления и работы с информацией. Модель большой цифровизации уже является моделью производственно-потребительской цифровизации, то есть ее существенной чертой выступает формирование собственного информационного сектора производства цифровой техники и технологий. Она, бесспорно, включает в себя направление первой модели, то есть потребление, применение компьютерных и мобильных технологий. Однако вторая модель цифровой экономики предполагает комплексное применение цифровых технологий, то есть она соответствует тем странам, которые в состоянии освоить конвергентные технологии, Всеобъемлющий Интернет, Большие данные, Интернет вещей. Значимой особенностью модели является освоение цифрового потенциала на собственной технической базе, то есть производство цифровой техники является обязательным условием принадлежности к модели.

Третья модель – это модель непосредственно информационного общества, полная реализация потенциала информационной экономики, построение системы отношений, наиболее соответствующей уровню развития производительных сил. Теоретической основой данной модели выступают идеи основоположников информационного общества, в частности к его базовым признакам они относили формирование экономики, где главными факторами производства выступают знания и информация; устранение капиталистической частной собственности; возрастание значения такого субъекта, как социэкономическое сообщество; изменение целевых установок общества на духовность и гармонию. Обратим особое внимание на то, что важнейшей чертой нового общества в работах П. Друкера, Масуды [2, 3] является формирование системы ценностей, ориентированной в первую очередь не на потребление материальных благ, а на развитие творчества, креативной деятельности. Российские исследователи информационного общества, говоря о новых возможностях, открываемых цифровыми технологиями, подчеркивали, что наиболее значимая роль при этом отводится креативной деятельности, самореализации индивидов [4].

Понятие «человек информационный» имеет смысл только в связи со становлением полного, подлинного цифрового общества, то есть ему соответствует третья модель цифровизации. В таком случае «человек информационный» должен обладать следующими чертами в экономике и социуме:

- доминирование значения нематериальных стимулов,
- стремление к инновационным решениям,
- постоянное повышение квалификации, обогащение знаниями,
- работа в команде, умение сотрудничать и делиться информацией,
- легкость контакта с цифровыми технологиями, умение максимизировать применение их возможностей в труде,
- оценка креативного фактора как важнейшего ресурса человеческой деятельности,
- готовность к удаленной занятости,
- нахождение своего места в системе глобальных благ (экология планеты, сохранение природного богатства, социально-экономическое равенство, фундаментальная наука, планетарная безопасность и т.д.).

Большинство из перечисленных признаков «человека информационного» опирается на идею высокой значимости креативной деятельности, креативного фактора в цифровом обществе. Данная категория получила многозначное толкование в ис-

следованиях ученых, поэтому уточним ее содержание. Выделим ее главные черты, к ним в первую очередь следует отнести потребность в труде не только как в средстве получения необходимых материальных благ, а как в инструменте, обеспечивающем реализацию, развитие внутренней природы и способностей индивида. Вторым слагаемым креативной деятельности, бесспорно, должна быть степень самостоятельности, по сути дела, свобода человека в выборе вида и места деятельности, организации рабочего времени, в установлении производственных отношений. Третьим важным элементом креативной деятельности является характер самого труда: примитивный, рутинный, однообразный труд не может наполнять ее содержание. Креативность предполагает такую деятельность, которая вызывает интерес у индивида и которая требует применения многих, самых разнообразных способностей, поиска новых, необычных решений [5, с. 429]. Существует и четвертый, весьма значимый нюанс: важна не только оценка творческого труда самим человеком, но и то, как данное явление оценивает общество. В зависимости от выбранной модели развития общество может двояко определить роль креативности: как системный признак цифрового общества или как новый ресурс экономики, способный выступить источником новых доходов, прибыли. В рыночной модели экономики творчество, как и любой ресурс, должно служить цели увеличения прибыли. Например, О.В. Мельников считает, что затраты на использование интеллекта входят в общую величину издержек экономической деятельности, а креативность обеспечивает рост другого полюса – доходов [6]. В соответствии с другим подходом формируется новый человек (в нашем понимании, «человек информационный»), творческие способности которого являются основой нового общества с более высоким уровнем развития производительных сил, отрицающего цели общества потребления и опирающегося на новую систему ценностей [7].

Творческим наклонностям «человека информационного» соответствует тот факт, что цифровая экономика обеспечивает возрастание как потребности, так и возможности постоянного пополнения знаний, квалификационных навыков. В этой связи интересна теория В.Л. Иноземцева о новом доминирующем классе, господствующей элите. Причины классовой дифференциации цифрового общества следует искать не в институте частной собственности, в том числе на средства производства, а в принадлежности информационно-знаниевого ресурса. В.Л. Ино-

земцев новое информационное общество рассматривал как прелюдию к резкой классовой поляризации благодаря появлению новых черт его развития [8, с. 466]. Сама система знаний приобретает большую динамику, полученного первично образования уже недостаточно для сохранения занятости и стабильных доходов, кроме того, качество рабочей силы становится более ценным, чем ее количество.

Сам характер современных цифровых технологий требует от информационного работника такого свойства, как интегрированность, коллегиальность, то есть умение работать в команде, умение сотрудничать и делиться информацией. Изначально благам, подобно знаниям, образования, науки адекватно совместное потребление, информационный ресурс обладает такой же особенностью. При взаимодействии информационных ресурсов и ресурсов отрасли знания возникает эффект резонансного возбуждения системы, обеспечивая рост эффективности экономики на основе равного потребления интеллектуальных факторов производства. Практическая реализация эффекта проявляется на глобальном уровне. Речь идет о распространении информации, диффузии глобальных знаний, о новых формах производства научных знаний на основе коллективного интеллекта, например, получаемых благодаря появлению удаленных научных сообществ, сетевых виртуальных лабораторий; о формировании новых источников знаний, навыков, практик на основе социальных сетей, сайтов, информационных порталов, качественно обновленных электронных информационных баз. «Человек информационный» расширяет свою способность к интеграционной деятельности посредством новых возможностей передачи информации. Так, в распоряжении людей теперь есть интернет-радио, социальные сети, интернет-телевидение, интранет и экстранет; кроме того, возникла новая сфера деятельности, называемая краудсорсингом, которая строится на основе передачи части важных функций неопределенному кругу индивидов, потребителей, принимающих непосредственное участие в сборе и обработке неструктурированных сведений [9].

Важной особенностью «человека информационного» выступает его готовность самостоятельно осуществлять свою деятельность, что нашло отражение в таких формах применения рабочей силы, как электронное фрилансерство, е-бизнес [10], удаленная занятость. Во всех случаях речь идет о деятельности отдельного человека за собственным компьютером, о самосто-

ятельной организации собственного рабочего графика, о выборе самим индивидом своих деловых партнеров, продукта труда и технологий. Уверенная динамика цифровой экономики вызвала расширение потребности в работниках, обладающих умением создавать и обслуживать сайты, блоги, порталы, сервисы, социальные сети, то есть, по сути дела, работать с инфраструктурой электронного пространства. Отдельно существует отряд занятых, создающих информационные продукты и услуги, в частности программное обеспечение, обучение – тренинги, мастер-классы, материалы, имеющие контент определенного содержания, например советы по правильному садоводству или воспитанию ребенка-гения. Удаленная занятость может представлять собой людей традиционных профессий, только осуществляющих свои трудовые функции не в офисе работодателя, а на своей территории и передающих информацию с помощью цифровых технологий, к ним можно отнести веб-дизайнеров, удаленных бухгалтеров, финансистов, онлайн-консультантов. В то же время в интернет-пространстве появляются и ширятся новые виды специальностей: рерайтеры, копирайтеры, специалисты по контекстной рекламе, специалисты по монтажу видеороликов.

Малое предпринимательство в электронной среде находит свое выражение в создании интернет-магазинов, аукционов, сети обучающих курсов, консультационных онлайн-пунктов, осуществлении функции посредника в продаже информационных продуктов. Занятых в электронном бизнесе можно назвать предпринимателями, так как они сами организуют производство и несут бремя издержек. Они приобретают информационную технику, программное обеспечение, оплачивают интернет и затраты по ремонту техники, тратят свои средства на повышение собственной квалификации, возлагают на себя функцию поиска заказчиков и поддержки связи с ним, поиска покупателя своих услуг и продуктов, организации доставки готового продукта. В случае необходимости они находят помощников, то есть сами нанимают рабочую силу, чаще всего на биржах удаленной занятости.

«Человек информационный» сформировался в глобальной цифровой экономике, поэтому ему близка идея приоритетности глобальных благ в сравнении с национальными благами. Благодаря резко возросшим возможностям в получении информации любого уровня, в том числе планетарного, развитию аналитического и креативного мышления индивид цифрового общества в состоянии оценить значение глобальных

благ: экологии планеты, социально-экономического равенства, фундаментальной науки, защиты окружающей среды, финансовой, информационной безопасности человечества. Более того, он в состоянии положительно влиять на ситуацию, поскольку он находится в активном информационном поле, состоит в интерактивных социальных группах и коллективно может отстаивать особое мнение, проводить различные акции.

Однако есть и другая сторона бытия «человека информационного» [11]. Он существует в мире огромных потоков информации – как верной, так и неточной, неструктурированной, нефильТРованной информации. Более того, сформировались и усиливаются институты, системы массового воздействия на человека, для которых он является объектом приложения своих сил и инструментом реализации своих задач. Особенно значимо влияние финансовых институтов, рекламы. Политика стимулирования совокупного спроса на уровне банковской системы проводится, прежде всего, за счет роста кредитования и задолженности. Кредиты обеспечивают коммерческим банкам прибыль, они необходимы для успешного функционирования их системы. В эпоху индустриального развития банки ценили потребительский кредит очень низко, однако в современных условиях доля ипотечных и потребительских кредитов в общем объеме банковского кредитования стала преобладающей. Нарастание займов выгодно финансовым учреждениям, но для домохозяйств это означает рост потребительской задолженности, уменьшающий покупательную способность. Расходы домашних хозяйств формируют мультипликатор малой силы. Рост экономики, обеспеченный динамикой отраслей потребительского сектора, имеет несущественное значение.

Информационная экономика создала основу для функционирования электронных валютных и фондовых бирж, в данном случае любой индивид, имеющий цифровую технику и выход в интернет, может заниматься спекулятивными играми. Собственно, результат не заставил себя ждать, огромными темпами расширяется масштаб спекуляций и котировок.

Как известно, новая экономика вызвала к жизни такое явление, как электронная коммерция или интернет-торговля. Продажа товаров с помощью киберпространства обеспечивает получение массы преимуществ, как для продавцов, так и для покупателей по сравнению с традиционной торговлей. Торговым предприятиям она обеспечивает снижение издержек посредством уменьше-

ния затрат на документооборот, на маркетинговые операции, поддержку постоянного контакта с потребителями, возможность виртуального заключения сделок. Покупатели экономят время на посещениях магазинов, выбирают удобное время для покупок, получают возможность совещаться с другими покупателями по поводу ценности приобретенных благ и полученных услуг.

Однако в процессе развития электронной торговли обозначился и ряд проблем. В странах с неразвитой торговой системой, с низкой информационной культурой общества продажу товаров через интернет используют для сбыта низкокачественных товаров, в том числе на основе обмана клиентов, доставки вещей, не соответствующих параметрам, обозначенным потребителем.

Непростой особенностью функционирования «человека информационного» являются резкие изменения на рынке труда. Все в большей мере исследователи прогнозируют опасность нарастания безработицы из-за вытеснения рабочей силы современными технологиями, а также по причине быстрого «устаревания» знаний и профессиональных компетенций [12, 13]. Субъект цифровой эры должен быть готов как к постоянному самосовершенствованию, пополнению копилки знаний и навыков, так и к самозанятости, то есть возможности самостоятельно найти применение своему трудовому ресурсу с помощью киберпространства.

Заключение

Итак, «человек информационный» как новый субъект цифрового общества и экономики, важнейший компонент новых производительных сил, в корне отличается от «человека экономического». Он готов к инновационным решениям, постоянному обогащению знаний, испытывает потребность к обмену информацией, владеет цифровыми технологиями, включает в систему

ценностей глобальные блага как приоритетные. Однако он несет на себе и бремя новых рисков: быть объектом внешнего воздействия, в том числе мошенничества, испытывать волатильность рынка труда. Соответственно, цифровой политике общества, активно развивающейся в нашей стране, следует учитывать сложности положения «человека информационного».

Список литературы

1. Данилов Ю. Человек цифровой эпохи: сценарий будущего // *Экономист*. 2019. № 5. С. 29–37.
2. Друкер П. Посткапиталистическое общество // Новая индустриальная волна на Западе [Электронный ресурс]. URL: http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1067.html (дата обращения: 22.10.2019).
3. Масуда Е. Компьютеризация // *Философия и социальная жизнь*. 1993. № 6. С. 36–50.
4. Чернов А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. М.: Дашков и К°, 2003. 232 с.
5. Гасратян К.М. Этика человеческой деятельности и благосостояние // *Вестник Московского университета*. Серия 6. Экономика. 2012. № 1. С. 3–12.
6. Мельников О.Н. Случайно ли наступление креативной экономики? // *Креативная экономика*. 2013. Т. 7. № 2. С. 118–126.
7. Бузгалин А.В. Креативная экономика: почему и как может быть ограничена частная интеллектуальная собственность // *Социологические исследования*. 2017. № 8. С. 20–30.
8. Иноземцев В.Л. Расколота цивилизация. М.: Наука, 1999. 724 с.
9. Цаплин Е., Бушеленкова С. Краудсорсинговые технологии в маркетинге // *Проблемы теории и практики управления*. 2015. № 2. С. 127–132.
10. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости // *Социологические исследования*. 2017. № 1. С. 81–93.
11. Зобова Л.Л., Щербакова Л.Н., Евдокимова Е.К. Цифровая пространственная конкуренция в глобальном информационном пространстве // *Фундаментальные исследования*. 2018. № 5. С. 64–68.
12. Садовая Е. Цифровая экономика и новая парадигма рынка труда. *Мировая экономика и международные отношения*. 2018. Т. 62. № 12. С. 35–45. DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-12-35-45.
13. Тощенко Ж. Настоящее и будущее профессий (опыт социального анализа) // *Экономист*. 2019. № 8. С. 34–39.