

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ**

Кафедра социальной философии

С.А. Либерман

**ОТ ПАССИВНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ К АКТИВНОМУ ЮЗЕРУ —
ВЫЗОВЫ ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ:
учебно-методическое пособие**

Казань – 2021

УДК 130.2

ББК 87.6

Л 55

Рекомендовано к печати кафедрой социальной философии КФУ

Протокол №10 от 28 мая 2021 года

Автор: Либерман С. А., кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры социальной философии

Рецензент: доктор философских наук, профессор кафедры социальной философии КФУ Н.А. Терещенко

Л 55 Либерман С. А. От пассивного потребителя к активному юзеру – вызовы цифрового образования: учебно- методическое пособие / Либерман С. А. – Казань: Казан. фед. ун-т, 2021. –17 с.

В пособии рассматриваются понятия отчуждения внимания, платформенного капитализма и экспрессивного индивида. Рассмотрены основные положения соответствующих авторов – Фрэнсиса Фукуямы и Ника Срничека. Сделана попытка применить эти концепты в качестве методологических оснований к процессу преподавания обществознания в школе. Также даны задания по теме в формате тестов и эссе. Предназначено для студентов, обучающихся по направлению 47.03.01 – Философия.

© Либерман С. А., 2021

Содержание

Внимание как ресурс	4
Капитализм платформ	5
Экономика внимания.....	6
От пассивного потребителя к активному юзеру	7
Идентичность. экспрессивный индивид	8
Глокализация.....	9
Возрождение социального и политического	10
Практические выводы для учителя обществознания.....	11
Тест.....	12
Задания к текстам.	13

Внимание как ресурс

- в 1970-ых психолог Канеман предложил “ресурсную модель” понимания феномена внимания. Внимание понимается им как вид когнитивных усилий, необходимый для выполнения любых других действий и требующий особых “энергетических” затрат, запас которых всегда ограничен
- в 1990-ых появляется концепция “экономика внимания” (Голдхабер, Франк и др.). Внимание — вид экономического ресурса или капитала, вокруг распределения и обмена которого складывается современная экономика
- С появлением платформ акцент левой критики капитализма сместился с проблем отчуждения и коммодификации труда и желания на *отчуждение внимания*

Капитализм платформ

- В 2017 году вышла знаковая книга Ника Срничека «Капитализм платформ». В ней он предлагает понимание современного общества, основанное на понятии платформы
- Платформа - тип фирм, способный эффективно “монополизировать, извлекать, анализировать и использовать растущие объемы регистрируемых данных... цифровые инфраструктуры, которые позволяют двум и более группам взаимодействовать”
- Накапливаясь в достаточном количестве, эти данные становятся капиталом и начинают приносить доход
- Примерами платформ являются так называемая 4ка GAFА: Google, Amazon, Facebook, Apple. Специфика подобных фирм состоит именно в накоплении и капитализации данных пользователей

Экономика внимания

- Доступ к платформе предоставляется бесплатно или по заниженной цене, поскольку главным источником дохода является добыча и использование данных пользователей.
- Платформа зарабатывает только в том случае, если она постоянно собирает и обрабатывает данные своих пользователей. В ее задачи не входит возбуждение в нас желаний или мотивации к труду. Чем больше времени мы проводим на платформе, чем больше действий мы на ней совершаем — тем больше данных платформа о нас получает
- Следовательно, платформа создана максимально привлекательной и комфортной для использования. Помимо привлечения пользователей перед платформой всегда стоит задача их удержания.
- Поэтому они применяют *технологии управления (отчуждения) вниманием*: шеринг контентом, геймификация, дизайн и т.д.

От пассивного потребителя к активному юзеру

- Отчуждение внимания в отличие от отчуждения труда или желания не предполагает побуждения к работе или потреблению
- Для производства данных достаточно побудить пользователя кликать, свайпить и смотреть. Социальные сети используют для этих целей шеринг контентом, постоянно предлагая нам рассказать о себе и узнать о других
- Создавая аватары в социальных сетях, оценивая и комментируя аватары других, делясь со всеми своими мыслями и переживаниями пассивный массовый потребитель превращается в активного юзера (Ловинк)
- Точно также тотальная геймификация социальных ритуалов и процедур (накопление бонусных баллов в ритейлах, пенсионных системах, банковских организациях и т.п.) призвана заставить пользователя чаще смотреть на экран, чаще кликать и свайпить

Идентичность. экспрессивный индивид

- В 2019 Фрэнсис Фукуяма, известный как автор книги «Конец истории и последний человек», выпускает книгу «Идентичность. Стремление к признанию и политика неприятия». Там он критикует привычное грубо-экономическое представление о мотивации современного человека и предлагает концепт «Экспрессивный индивид»
- Экспрессивный индивид — идеологема самовыражения. Человек уверенный, что он имеет некое “внутреннее я”, подавляемое обществом. Смысл своей жизни видит в самореализации и самовыражении, достижении идентичности между внутренним своим “содержанием” и внешним признанием
- Потребность в признании превосходит экономический интерес, потребление перестает быть единственным статусо-образующим фактором

Глокализация

- Ограниченность внимания при потреблении информации, алгоритмы подбора информации по предпочтениям, потребность в самовыражении, культивируемая социальными платформами, приводят к дроблению медийного пространства
- Замыкаясь в “пузыре” предпочтений и сообществах единомышленников люди становятся радикальнее. Другое мнение с одной стороны вытесняется из привычного ежедневного поля зрения пользователя, с другой стороны оно маркируется как враждебное и «токсичное»
- Политический популизм, сепаратизм превращается из маргинальной политической стратегии (религиозный фундаментализм, эко-сообщества) в мейнстрим (стена Трампа, Брекзит и т.д.)

Возрождение социального и политического

- Идентичность и ее границы становится основным политическим вопросом, вокруг которого ведется дискуссия между “правыми” и “левыми”. Вопросы распределения финансовых ресурсов (налогов, пособий и т.п.), также как и вопросы распределения труда вытесняются вопросами распределения внимания (оскорбление, самовыражение, экстремизм, пропаганда, токсичность и т.д.)
- Социальные различия теперь определяются не столько потреблением и доходом, сколько отношением к вопросу гендера, религии, традиций, государства и т.д. Иерархия соответственно завязана не на распределении потребления и желания, а на распределении внимания и признания
- Неолиберальная позиция а-идеологии (конституция РФ 1993) сменяется идеологическими конструкциями, которые снова апеллируют к ценностям вроде истории, нации, семьи, революции, будущего и т.д.

Практические выводы для учителя обществознания

- современный школьник не симулирует активность, сливаясь с массой, но жаждет признания и самореализации
- главными инструментами образования должны стать контроль внимания через шеринг контентом и создание локальных сообществ
- политические, этические, философские дискуссии — один из самых простых способов присвоения идентичности

Тест

1. Верно ли, что еще Аристотель предлагал рассматривать внимание как ограниченный ресурс, необходимый для свершения других действий?

Верно

Неверно

2. Верно ли, что термин экономика внимания вводится в оборот Жаном Бодрийяром?

Верно

Неверно

3. Верно ли, что автором книги "капитализм платформ" является Ник Срничек

Верно

Неверно

4. Верно ли, что платформы в большинстве своем являются бесплатными и не наживаются на своих пользователях?

Верно

Неверно

5. Верно ли, что геймификация является одной из технологий управления вниманием?

Верно

Неверно

Задания к текстам.

Основные критерии оценивания:

самостоятельность работы: 0 баллов — в работе обнаружены заимствования; 1 балл — в работе не обнаружены заимствования

сформулированная позиция, тезис: 0 баллов — в работе отсутствуют позиция автора; 1 балл — позиция автора сформулирована недостаточно четко и не раскрыта; 2 балла — позиция автора четко и ясно сформулирована

аргументированность позиции: 0 баллов — в работе отсутствует аргументация авторского тезиса; 1 балл — аргументы автора недостаточно четко сформулированы или раскрыты; 2 балла — аргументы автора ясно и четко изложены

Если по одному из критериев вы получаете 0 баллов, то по следующему за ним критерию(ям) выставляется также 0 баллов. Например, если по первому критерию вы получили 0, то по второму и третьему вы автоматически получаете 0, и ваша работа в целом оценивается на 0. Если по первому критерию вы получили 1 балл а по второму 0, то по третьему критерию вы автоматически получаете 0, и ваша работа в целом оценена на 1 балл.

Формат оценивания: 0-5 баллов

Ник Срничек. Капитализм платформ.

Найдите в тексте две ключевые характеристики платформ и приведите примеры возможного их использования при преподавании обществознания.

Ответ изложите в форме эссе.

Что такое платформы? [6] На самом общем уровне платформы — это цифровые инфраструктуры, которые позволяют двум и более группам взаимодействовать [7]. Поэтому они позиционируются как посредники, соединяющие между собой различных пользователей: покупателей, рекламодателей, поставщиков услуг и товаров,

производителей и даже физические объекты [8]. Довольно часто эти платформы предлагают также некий набор инструментов, которые позволяют пользователям конструировать свои собственные продукты, услуги или рынки [9]. Например, операционная система Windows компании Microsoft позволяет разработчикам программного обеспечения создавать приложения для нее и продавать их потребителям; платформа App Store компании Apple и связанная с ней экосистема (XCode и iOS SDK) позволяют разработчикам создавать новые приложения и продавать их пользователям; поисковая система Google предоставляет площадку (платформу) рекламодателям и поставщикам контента, выводя их на целевую аудиторию, ищущую определенную информацию; приложение для заказа такси Uber позволяет водителям и пассажирам обменивать поездки на деньги. Платформа — это не столько новая рыночная площадь, сколько базовая инфраструктура, опосредующая взаимоотношения между разными группами. И в этом ключ к пониманию ее преимуществ по сравнению с традиционными бизнес-моделями, когда мы говорим об использовании такого сырья, как данные: платформа (1) находится между пользователями и (2) выступает в качестве площадки, на которой они взаимодействуют, что позволяет держателю платформы получать привилегированный доступ к регистрации этого взаимодействия. Google, поисковик, извлекает массу полезного из анализа поисковой активности (ибо последняя отражает флуктуации желаний индивидов). Uber, платформенное решение для такси, получает данные о загруженности дорог и о действиях водителей и пассажиров. Facebook, платформенное решение для социальных сетей, приносит целый спектр случаев частного взаимодействия, которые можно фиксировать и анализировать. И по мере того как все больше отраслей переводят свои коммуникации в онлайн-формат (например, Uber подталкивает всю индустрию такси к цифровой форме), все больше компаний будут тяготеть к разработке платформенных решений. Таким образом, платформы есть нечто гораздо большее, нежели интернет- или технологические компании, поскольку они могут функционировать в любой точке, где возможно цифровое взаимодействие.

Их вторая характерная черта заключается в том, что цифровые платформы порождают «сетевые эффекты» и опираются на них: чем больше пользователей у платформы, тем более ценной она становится для всех остальных. Например, Facebook превратился в главную социальную сеть (подразумеваемую по умолчанию платформу, когда мы говорим о социальных сетях) просто благодаря огромному числу людей, которое он охватывает. Если мы хотим присоединиться к какой-либо платформе для сетевого взаимодействия, мы выбираем платформу, на которой у нас уже больше всего друзей и родных. Аналогично чем больше людей выбирает Google для поиска чего-либо, тем лучше срабатывают поисковые алгоритмы и тем более полезным Google становится для пользователей. Но тут возникает определенный цикл: множество пользователей притягивает новых пользователей, еще и еще, и в результате платформа естественным образом движется к модели монополии. Это подталкивает платформы к динамике развития, заставляющей предлагать доступ ко все более широкому спектру видов деятельности, — а следовательно, и накапливать новые данные. Более того, возможность быстро масштабировать множество платформенных решений на основе существовавшей ранее инфраструктуры, сохраняя низкую себестоимость, означает, что такой рост при естественном развитии мало чем сдерживается. К примеру, одна из причин впечатляюще быстрого роста Uber связана с тем, что ему не надо строить никаких новых фабрик — достаточно арендовать больше серверов. В сочетании с сетевыми эффектами это означает, что платформы могут вырастать до огромных размеров очень быстро.

Важность сетевых эффектов означает, что платформы должны прибегать к целому ряду разнообразных тактик, чтобы завлечь и удержать растущее число пользователей.

Например (и это третья их базовая характеристика), платформы часто используют «перекрестное субсидирование» (cross-subsidiation): одно подразделение компании ищет способы снизить стоимость услуги или товара (даже если они бесплатны), а другое — поднимает цены, чтобы компенсировать возникающие потери. В ценовой структуре платформы большую роль играет то, как много пользователей оказываются вовлечены и как часто они используют платформу [10]. Google, к примеру, предлагает услуги вроде бесплатной почты, чтобы привлечь побольше пользователей, но поднимает цены через свои рекламные подразделения. Поскольку платформы должны так или иначе завлечь в свои сети определенное количество представителей разных групп, одним из направлений их деятельности оказывается тонкая настройка баланса: за что взимать плату, а что раздавать бесплатно, что субсидировать, а что — нет. Это отзвук, хоть и очень отдаленный, модели бережливости: компания старалась ужаться до своих базовых компетенций («ядра») и распродать все неприбыльные направления [11].

Фрэнсис Фукуяма. Идентичность. Стремление к признанию и политика неприятия.

Попробуйте применить концепты автора «изотимия» и «мегалотимия» к пониманию образовательного процесса. Ответ изложите в форме эссе.

...И в эссе, и в этих главах я отмечал, что и национализм, и религия по-прежнему представляют мировые политические силы и не собираются исчезать. Они не собираются исчезать потому, что, как я утверждал тогда, современные либеральные демократии не сумели полностью разрешить проблему тимоса. Тимос — это та часть души, которая страстно жаждет признания и уважения человеческого достоинства*; изотимия — это требование уважения наравне с другими людьми; а мегалотимия — это стремление к публичному признанию своей исключительности. Современные либеральные демократии обещают и в значительной степени обеспечивают минимальную степень равного уважения, воплощенную в правах личности, верховенстве закона и избирательном праве. Но это не гарантирует того, что при демократии людей действительно будут уважать в равной степени, особенно представителей исторически маргинализированных групп. Целые страны могут ощущать недостаток уважения, что подпитывает в них агрессивный национализм (подобным же образом верующие полагают, что их религиозные чувства оскорблены). Изотимия будет и впредь разжигать жажду равного с окружающими признания, которая вряд ли когда-либо будет полностью удовлетворена.

Не менее серьезная проблема связана и с мегалотимией. Либеральные демократии добились неплохих результатов в обеспечении мира и процветания (хотя в последние годы дела с этим обстоят несколько хуже). Эти богатые, безопасные общества — обитель последнего человека Ницше, они населены «бесчувственными людьми»**, которые проводят жизнь в бесконечной погоне за потребительским удовлетворением. У них нет никакой нравственной основы, нет высших целей или идеалов, ради которых стоит дерзать и идти на жертвы. Такая жизнь устраивает не всех. Мегалотимия подпитывается жаждой исключительности: люди готовы идти на огромные риски, ввязываться в судьбоносное противостояние, добиваться колоссальных результатов, лишь бы окружающие признали их превосходство. В некоторых случаях это способствует формированию героических лидеров, подобных Линкольну, Черчиллю или Нельсону Манделе. В других — может привести к появлению таких тиранов, как

Цезарь, Гитлер или Мао, диктатура которых ввергала ведомые ими общества в пучину бедствий.

Поскольку мегалотимия исторически существовала во всех обществах, ее нельзя преодолеть; ее можно лишь направить или смягчить. В заключительной главе книги «Конец истории и последний человек» я поднял вопрос о том, обеспечит ли современная либеральная демократия, связанная с рыночной экономикой, адекватный выход для мегалотимии. Эту проблему отчетливо понимали американские отцы-основатели, стремившиеся создать республику в Северной Америке. Они были прекрасно осведомлены об истории падения Римской республики и обеспокоены проблемой цезаризма. Для ее решения они создали конституционную систему сдержек и противовесов, которая распределяла власть и блокировала ее концентрацию в руках одного политического лидера. Еще в 1992 г. я предположил, что возможности для «безопасного» проявления мегалотимии открывает рыночная экономика. Предприниматель может стать сказочно богатым и в то же время вносить лепту в общее процветание. Стремящиеся к общественному признанию люди могут реализовать амбиции, участвуя в состязаниях по триатлону в серии Ironman, устанавливая рекорды по числу покоренных вершин в Гималаях — или создавая самую дорогостоящую в мире интернет-компанию.

Я, кстати, упомянул Дональда Трампа в «Конце истории» как пример фантастически амбициозного человека, чье стремление к признанию было безопасно вложено в бизнес (а позднее — в карьеру в индустрии развлечений). Тогда я и не подозревал, что четверть века спустя он, не удовлетворившись своими достижениями на ниве бизнеса и лаврами телезвезды, пойдет в политику и будет избран президентом. Однако это вовсе не противоречит моему общему утверждению о потенциальных угрозах либеральной демократии и центральной проблеме тимоса в либеральном обществе. Такие фигуры прошлого, как Цезарь, Гитлер или Перон, которые ради собственного возвышения эксплуатировали обиду и негодование простых людей, считавших, что их нация, религия или образ жизни не уважаются, привели свои общества к катастрофическим войнам или экономическому упадку. В этих случаях мегалотимия и изотимия шли рука об руку.

В этой книге я возвращаюсь к темам, к которым обращался в 1992 г. и о которых с тех пор пишу: тимос, признание, достоинство, идентичность, иммиграция, национализм, религия и культура. В нее, в частности, вошла лекция памяти Сеймура Липсета об иммиграции и идентичности, которую я прочел в 2005 г., и лекция об иммиграции и европейской идентичности для Фонда Лациса, которую я прочел в Женеве в 2011 г.⁷ Иногда я в том или ином виде воспроизвожу отрывки из предыдущих произведений. Прошу прощения, если кому-то покажется, что я повторяюсь, но я вполне уверен, что лишь немногие потратили время на то, чтобы следить за развитием именно этой мысли и пытались разглядеть в этом развитии логичную систему доводов, связанную с событиями настоящего времени.

Требование признания и уважения своей идентичности — это универсальное понятие, которое охватывает многое из того, что происходит сегодня в мировой политике. Оно не ограничивается политикой идентичности, практикуемой в университетских кампусах, или спровоцированным ею белым национализмом, но распространяется на более масштабные явления, такие как всплеск старомодного национализма и политизация ислама. Я бы даже рискнул утверждать, что изрядная часть так называемой экономической мотивации зиждется на стремлении к признанию и поэтому не может быть удовлетворена только экономическими средствами. Это имеет прямое отношение к вопросу о том, что нам делать с сегодняшним популизмом.

По Гегелю, движущей силой истории человечества является борьба за признание. Он утверждал, что единственным рациональным решением проблемы стремления к признанию станет всеобщее признание, в рамках которого признается и уважается достоинство каждого человека. С тех пор всеобщее признание оспаривается как другими формами исключительного группового признания — на основе национальности, религии, секты, расы, этнической принадлежности или пола, — так и индивидами, требующими признания своего превосходства над остальными. Все более активная политизация проблемы идентичности представляет одну из главных угроз для современных либеральных демократий, и, если мы не сможем вернуться к более общему пониманию человеческого достоинства, мы обречем себя на продолжение конфликта.