

Научные труды молодых ученых

DOI: 10.38050/2078-3809-2021-13-1-82-95

ОСОБЕННОСТИ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Жибурт Полина Евгеньевна,
Казарова Вера Сергеевна,
Кручинкина Екатерина Викторовна,
Чикунова Александра Евгеньевна**
*Студенты бакалавриата
МГУ имени М.В. Ломоносова, Экономический факультет
(г. Москва, Россия)*

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические аспекты массового сознания и его формы, сущностные характеристики массового поведения, в результате чего формулируется и корректируется определение данного термина. Через изучение эволюции понятий о массовом сознании в исторической ретроспективе и на современном этапе анализируются его особенности в условиях перехода к цифровой экономике. Дается свежий взгляд на проблему манипулирования массами в цифровом обществе через различные механизмы, анализируется методом сравнения трансформация массового поведения в XXI веке.

Ключевые слова: массовое сознание, масса, массовое поведение, цифровая экономика.

JEL коды: D700, D790, O100, O320.

Для цитирования: Жибурт П.Е., Казарова В.С., Кручинкина Е.В., Чикунова А.Е. Особенности массового сознания в цифровой экономике // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2021. Том 13. Выпуск 1. С. 82-95. DOI: 10.38050/2078-3809-2021-13-1-82-95

Введение

Изучение массового сознания *актуально*, поскольку данный феномен преследует каждого из нас на современном этапе. Статья рассматривает особенности поведения массы, из чего читатель может сделать полезные выводы для себя. Более того, при изучении *исходного состояния проблемы* важность данной работы может быть подтверждена наличием

Жибурт П.Е., polinaerikazhiburt@gmail.com

Казарова В.С., kazarovav@inbox.ru

Кручинкина Е.В., tatya1817@gmail.ru

Чикунова А.Е., chikunova.alexandra@yandex.ru

сравнительно небольшого количества исследований¹, посвященных изучению массового поведения в условиях незавершенного перехода к цифровой экономике, что накладывает определенные ограничения на процесс познания, но подчеркивает востребованность и научный интерес по отношению к данной теме.

Цель исследования состоит в выявлении особенностей массового сознания в XXI веке в условиях цифровизации. Для достижения данной цели авторы ставят следующие *задачи*: изучение теоретических аспектов массового сознания (его определения, форм и характерных черт), исследование в исторической ретроспективе работ известных философов, социологов, психологов, политологов, экономистов, посвященных особенностям массового поведения, анализ механизмов цифровой экономики и их влияния на сознание масс.

Методы исследования включают генетический и исторический при обращении к истокам проблемы, логический для изучения объекта исследования как результата познания, сравнительный и диалектический при поиске и оценке подходящей литературы, трактовке подходов к изучению особенностей массового сознания.

Объектом исследования станет массовое сознание со всеми его элементами, *предметом* – влияние массового сознания на поведение людей в условиях цифровой экономики.

Понятийный аппарат включает такие категории и термины, как «массовое сознание», «масса», «толпа», «формы и виды массового сознания», «цифровая экономика», «цифровизация», «механизмы цифровой экономики», которые будут рассмотрены далее на страницах статьи.

1. Теоретические аспекты массового сознания

1.1. Определение массового сознания

Для начала обратимся к необходимой терминологии и определим ключевое понятие в предстоящей работе – массовое сознание. Важно отметить, что на данный момент не существует универсального определения этого термина, поэтому в данном разделе будет представлено одно из его теоретических описаний, которое дается на страницах новой философской энциклопедии Российской академии наук.

«Массовое сознание – специфический род общественного сознания, выделяется не по своим гносеологическим свойствам (по содержанию, уровню и качеству отражения действительности), а прежде всего по специфическим свойствам его носителя, субъекта... в случае массового сознания в качестве такого субъекта выступает особая совокупность индивидов, именуемая массой» (Грушин, 2010). Из данного определения следует, что массовое сознание определяется через своего обладателя – массу. В свою очередь, масса – особая общность индивидов, обладающая определенными признаками (внимание которым будет уделено далее). При этом массу следует отличать от толпы – хаотичного, случайного скопления большого количества людей, связанного между собой определенным эмоциональным состоянием и объектом интереса.

¹ Источник: научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. Ключевые слова для поиска: «массовое сознание», «цифровая экономика». Период: поступившие за всё время. Дата обращения: май 2020.

1.2. Формы массового сознания

Современная наука выделяет целый ряд различных форм массового сознания (Тощенко, 2001). В него входят *«расколотое»*, *«маргинальное»*, *«ложное»*, *«сумеречное»*, *«утопическое»* и *«демагогическое»* сознания. Рассмотрим каждую из форм.

«Расколотое сознание» является собой распад целостности массового сознания, который может привести к расколу общества на отдельные враждующие группы экономического, политического или социокультурного характера. Оно включает в себя взаимопротиворечащие установки, идеи и конструкции.

«Маргинальное сознание» проявляется в тех ситуациях, когда общество находится в состоянии динамического и кардинального изменения, когда старые, устоявшиеся нормы перестают иметь силу, практически исчезают, а новые правила еще не начали действовать. Таким образом, *«маргинальное сознание»* не является стабильным и никак не может служить базой или основой для прогрессивного развития.

«Ложное сознание» обуславливается искаженным восприятием реальности. В этой форме все явления действительности рассматриваются под некой призмой предвзятости, ментальных установок. При ней люди легко подвергаются манипуляции.

«Сумеречное сознание» характеризуется полной утратой старых норм и ценностей и неприятием новых. При такой форме массового сознания идет отказ от рассмотрения любых векторов будущего в общенациональном масштабе и, соответственно, отказ от всякой ответственности за него.

«Утопическое сознание» в основе своей имеет некоторые несоответствующие реальности установки, часто построенные на идеализации прошлого или будущего.

«Демагогическое сознание» строится на спекуляциях и извлечении собственной выгоды. При такой форме массового сознания идет злоупотребление моральными нормами и ценностями.

Таким образом, формы массового сознания выделяются по характеристике ценностей, установок и норм у конкретной массы, по ее отношению к окружающей действительности и образу мыслей, поведению. Несмотря на их существенные различия, все они включают определенные особенности массового поведения, которые будут рассмотрены далее.

1.3. Особенности массового поведения

В данном разделе предметом исследования являются характерные особенности массового поведения, выделенные авторами на основе взглядов *Гюстава Лебона* (1841–1931) и называемые им причинами появления *«новых специальных черт, характерных для толпы и притом не встречающихся у отдельных индивидов, входящих в ее состав»* (Лебон, 1995, с. 63).

Первая из них – *гипнотическое влияние массы*. У людей, как писал один из первых исследователей психологии масс, зарождается *«коллективная душа»*. Идет некоторого рода деперсонализация, когда мысли и потребности всех людей принимают одно направление. Также стоит отметить, что люди в массе приобретают некую свободу, позволяющую им расширить рамки допустимого: *«...индивид в толпе приобретает, благодаря только численности,*

сознание непреодолимой силы, и это сознание позволяет ему поддаваться таким инстинктам, которым он никогда не дает волю, когда бывает один» (Лебон, 1995, с. 63).

Второй особенностью является *жертвенность*. Всякое действие настолько «заразительно», что индивид становится готовым пренебречь своими личными интересами в пользу интересов массы. На человека в таком случае массовое сознание оказывает сильное влияние, сопротивляться которому очень трудно.

Третья особенность – *снятие ответственности*. Человек, сливаясь с массой, приобретает небывалые силы и принимает такие решения, на которые бы ни за что не решился в одиночку. В то же время вся навалившаяся свобода лишает человека ответственности, он начинает чувствовать, что все его поступки будут обезличены.

Человек в массе практически полностью *теряет индивидуальность*. Поток информации перестают обрабатывать, поэтому масса часто поддается внушению и манипуляциям. Люди чувствуют безнаказанность и раскрепощаются, часто не отдавая себе отчет в своих действиях.

По итогам первого раздела, проанализировав основные теоретические составляющие, элементы, формы и особенности массового сознания, обозначим определение данного термина: *массовое сознание* – вид сознания, зарождающийся в массе и определяющийся такими характеристиками, как противоречивость, сложность, размытость, эмоциональность и упрощённость.

2. Массовое сознание на страницах истории

2.1. Взгляд в прошлое

Изучение проблемы массового сознания начинается на рубеже XIX–XX веков. Впервые анализ данного феномена провёл Г. Лебон. Согласно его теории, толпе присущ ряд уникальных качеств: импульсивность, раздражительность, неспособность обдумывать поступки, отсутствие рассуждения и критики, преувеличенная чувствительность (Лебон, 1996). Он считал, что специфика толпы заключается в присутствии коллективного бессознательного, которое побуждает людей, находящихся в толпе, забывать о личностных характеристиках, подчинять разум и чувства.

Задолго до Г. Лебона еще мыслители древности стремились дать свое толкование роли масс в обществе. Одним из первых рассматривает данную проблему *Платон* (427–347 до н.э.): он трактует основную массу населения как человеческое стадо, а искусство управления приравнивает к навыку контроля над стадом – только аристократия способна выполнять государственные функции (Хевеши, 2001).

Данная проблема становится более актуальной в *эпоху Просвещения*, выражая презрение и страх аристократии перед народными движениями. Мыслителям данной эпохи свойственен особый интерес к народным массам, для них характерна исключительная вера в силу разума. Они стремятся обучить и воспитать невежественный народ. Так, например, *Клод Адриан Гельвеций* (1715–1771) полагал, что избавить народ от предрассудков и невежества способен государь, который должен говорить «истину», обеспечивать «свободу печати, ибо это – средство открыть истину» (Гельвеций, 1974, с. 458). Это отражает саму сущность данной эпохи, ведь именно в XVIII веке происходит переворот в мировоззрении людей, разум становится

мерилом общественного прогресса. В общественном сознании постепенно растет понимание, что для достижения успеха в жизни можно не только использовать преимущества социального статуса, но и опираться на собственный разум, пополняя свои навыки, знания, развивая таланты.

Основная просвещенческая установка сохраняется и в воззрениях *Карла Маркса* (1818–1883). Он выступал против тех, для кого народ «существует в реальном государстве лишь в качестве сырой неорганической массы» (Маркс, Энгельс, 1956, с. 225). К. Маркс считал, что просвещение народа может быть осуществлено лишь в рамках борьбы, в ходе которой формируется новое классовое сознание масс. Позднее *Владимир Ильич Ленин* (1870–1924) напишет следующее: «Маркс умел оценить и то, что бывают моменты в истории, когда отчаянная борьба масс даже за безнадежное дело необходима во имя дальнейшего воспитания масс и подготовки их к следующей борьбе» (Ленин, 1976, с. 379).

2.2. Современные взгляды на массовое сознание

В конце XIX века Г. Лебон в своих работах называет наступающую эпоху «эрой масс» (Лебон, 1998, с. 125–126). Действительно, политические и гражданские события конца XIX–XX века дали толчок развитию взглядов на массовое общество, человека в толпе, тоталитарное государство в работах Х. Арендт, Х. Ортеги-и-Гассета, Э. Фромма, У. Корнхаузера, Т. Адорно и других западных мыслителей. Однако авторы считают целесообразным не углубляться в политические размышления и, обозначив в общих чертах взгляды марксистов, перейти к изучению современного взгляда на массовое сознание.

В конце XX века в своих работах *Борис Андреевич Грушин* (1929–2007) предоставил обобщенный взгляд на массовое сознание, проанализировав различные теории и подходы философов XIX–XX веков. Б. Грушин сформулировал в своих работах понятия «масса» и «массовое поведение», рассматривая их как необходимые элементы для понимания принципов действия массового сознания. Его основной идеей было отделение понятия «масса» от отождествляемого с ним класса людей низкого социального происхождения и признание за ним определенного множества субъектов, ведущих себя схожим образом. Массовое сознание Б.А. Грушин изучал через его элементы, которые классифицировал по способу происхождения (из данного, предшествующего или другого общества) и образования (спонтанные и целенаправленные), духовного освоения окружающего мира (основанные на чувствах, деятельности разума или иррациональные) и характеру отношения с ним (отражающие действительность, выражающие ее оценку или реакцию на события) (Грушин, 1987).

В начале XXI века складываются другие подходы к проблеме понимания массового сознания. Один связан с выделением массового сознания как особого вида сознания общественного, другой рассматривает его как самостоятельный феномен.

В первом подходе массовое сознание предстает как «конкретный вариант, ипостась общественного сознания, заметно проявляющаяся лишь в бурные, динамичные периоды развития общества» (Виноградова, 2008, с. 104). В обычные и устойчивые периоды оно носит малозаметный, обыденный характер (действует на повседневном уровне).

С другой стороны, массовое сознание рассматривается как самостоятельный феномен. Это сознание носителя «массы», которое отражает и переживает действующие обстоятельства, являющиеся так или иначе общими для членов, оказывающихся тем самым в сходных

жизненных условиях. Согласно такому подходу, массовое сознание выступает более глубоким отражением действительности (Ольшанский, 2001). Годом позднее *Дмитрий Вадимович Ольшанский* (1953–2003) выделил два его уровня: эмоционально-действенный (основа – переживания и волнения) и рациональный (ценности и мнения). Ожидания способствуют оценке индивидов их возможностей, мнения формируются посредством анализа внешних событий, а ценности завершают эту цепочку, определяют отношение массового сознания к окружающей действительности (Ольшанский, 2002).

Можно заметить, что многие современные мыслители разделяют позицию Г. Лебона в понимании толпы как разрушительного начала. Среди них – французский психолог *Серж Московичи* (1925–2014). В своем трактате он приводит следующую цитату: «По опыту последних десятилетий нужно заметить, что утверждения Ле Бона подтвердились удивительнейшим образом, по крайней мере во внешних аспектах, даже в условиях современной технологической цивилизации, когда можно было бы рассчитывать на то, что массы стали более просвещенными» (Московичи, 2011, с. 8).

С. Московичи считает, что характерной особенностью современной эпохи является «массификация» и «массовизация» людей, чему способствуют индустриализация и глобализация. На необъятном рынке рождается массовая культура и массовые формы потребления. Появляется коллективный потребитель: стандартизированными становятся мысли и чувства, а средства массовой информации делают нас участниками и современниками всего этого «омассовления». Основываясь на этих высказываниях, и прежде: чем перейти к изучению массового сознания в эпоху цифровизации, сформулируем **гипотезу**: в настоящее время массовое сознание находится в стадии трансформации и приобретает новые характерные черты в связи с переходом к цифровой экономике.

3. Особенности массового поведения в цифровой экономике

Цифровая экономика стала одним из часто обсуждаемых как в повседневной жизни, так и в научных сообществах явлений. При взгляде на влияние развития цифровой экономики на поведение человека и общества часто делается акцент на негативных эффектах цифровой трансформации и потенциальных угрозах для всех экономических субъектов в относительно новых условиях. Поднимаемые цифровизацией проблемы действительно не могут не волновать: угрозы деперсонализации и «цифрового тоталитаризма», вопросы гибридной реальности перешли из научной фантастики в реальность. Но есть ли что-то хорошее, что приносит цифровая трансформация в человеческое общество? Ответ скорее положительный. Поднимем более узкий вопрос, касающийся массового сознания: как в XXI веке, под влиянием цифровых технологий, в позитивном плане преобразовывается массовое сознание? Как изменяются методы воздействия на массы в современном сетевом обществе? Какие аспекты темы массового сознания в цифровой экономике сложно описать на текущем этапе технологического развития?

3.1. Механизмы цифровой экономики

Под цифровой экономикой в узком смысле подразумевают экономику, основанную на цифровых технологиях, под влиянием которых преобразуется взаимодействие экономических агентов. Главной целью изобретения и повсеместного внедрения новых цифровых технологий

являются повышение скорости и облегчение выполнения различных процессов. Рассмотрим основные механизмы цифровой экономики.

Технологии Big Data наиболее активно внедряются в политической, аналитической и управленческой сфере. Они позволяют собирать информацию о поведении и предпочтениях Интернет-пользователя и создавать алгоритмы выдачи контента конкретному посетителю, которые будут влиять на его восприятие информации и поведение. Эти параметры индивидуальны, и созданные нейронными сетями на основании больших данных алгоритмы подстраиваются под каждого человека – пользователи видят свои уникальные ленты новостей. Этой технологией и обеспечиваются главные тренды цифровой экономики – *персонализация* и *таргетированность*. Выданная сетью информация должна вызвать у пользователя максимальный эмоциональный отклик, коснуться его ценностей и направить его мысль в нужное русло для формирования «ожидаемого» мнения. Если целью персонализации является формирование у человека интереса к проведению времени у экрана устройства и ярких эмоций, «затягивание», то целью таргетированности является направление сообщения аудитории, которая на него отреагирует в форме, оказывающей влияние на массовое сознание аудитории должным образом.

Серьезным преимуществом цифровых медиа перед традиционными является возможность сбора *обратной связи*. Это и данные о поведении пользователя при восприятии информации (автономно обрабатываемые вышеупомянутыми технологиями), и оставленные им в сети комментарии. Возможность *комментирования* – еще одно преимущество современных средств массовой коммуникации. Люди в Интернете могут обмениваться мнениями и формировать единые коллективные позиции. Используя эти технические возможности, человек проецирует в цифровое пространство свои мысли. Так, пользователи «отправляют» в сеть новые данные, которые анализируются нейронными сетями. Парадоксально, но условием развития цифровых технологий являются не только инженерные решения, но, в первую очередь, их взаимодействие с целостным человеком, преодолевающим ограничения субъектно-объектных отношений (Тутов, 2017). В процессе анализа новых данных многие современные нейронные сети «обучаются» и автоматически изменяют алгоритмы работы для получения более точных результатов в будущем.

Интернет становится одним из атрибутов современной жизни. Всемирная сеть обеспечивает *массовую коммуникацию* и активное взаимодействие с аудиторией ранее невиданных масштабов. В январе 2020 года из 7.7 миллиарда человек, проживающих на Земле, 4.5 миллиарда человек являлись интернет-пользователями, из которых 3.8 миллиарда являлись пользователями социальных сетей² – почти половина населения земного шара. Лидеры мнений находятся на расстоянии «одного клика» от своих последователей. Другой отличительной характеристикой современного Интернета является *быстрое распространение* в нем информации. За считанные секунды можно доставить сообщение интернет-пользователям всего мира. Если сообщение получает отклик у посетителя сайта, выражающийся не только в изменении картины мира в сознании индивида, но и в лайках, репостах, оно поднимается алгоритмами выдачи информации на «первые полосы», его видит ещё большее число пользователей, и оно «разлетается» всё дальше и быстрее. При этом значимость, как уже было отмечено, оценивается не по содержанию и ценности сообщения, а по количеству «нажатий кнопки» и их

² Интернет 2020 в России и мире: статистика и тренды. URL: <https://vc.ru/future/109699-internet-2020-v-rossii-i-mire-statistika-i-trendy>).

скорости. В долгосрочной перспективе это может привести к изменению способов оценивания ценности информации самим человеком, значительной трансформации его сознания. Профессор факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова, исследующий влияние виртуальных коммуникаций на политическое управление, С.В. Володенков сделал следующий вывод: «По сути, мы можем говорить о наличии глубоко укоренившейся парадигмы, не только постулирующей объективное существование такого феномена как общественное сознание, но также допускающей управленческое воздействие на данный феномен при помощи технологий массовой коммуникации» (Володенков, 2018, с. 1).

Ещё одним «средством» цифровой экономики, дающим новые возможности для воздействия на сознание, можно назвать *омниканальность* и *разнообразие форматов* предоставленной информации. Омниканальность обозначает интеграцию различных каналов коммуникации в единую систему. Рассмотрим эту активно распространяющуюся стратегию с точки зрения воздействия на массовое сознание. С одной стороны, можно донести сообщение до масс через любой цифровой канал коммуникации – хотя бы одним пользуется практически каждый человек, или применить несколько инструментов сразу – воздействие на сознание усиливается, так как происходит убеждение пользователя через многократное повторение. С другой стороны, с развитием технологий появляется возможность передавать в сети сообщения в различной форме – текст, фото, видео, аудио, графическое изображение. Высокие темпы появления новых идей и технологий позволяют представить, что в будущем появятся технологии, виртуально передающие вкусы, запахи, тактильные ощущения – тогда все каналы восприятия информации человеком будут задействованы при управлении массовым сознанием. Такие возможности являются ещё одним примером того, как Интернет «посягает» на наше чувственное освоение действительности.

Современные технологии являются главным инструментом обеспечения движения «механизмов цифровой экономики». Связь цифровых технологий и Интернет-сети с восприятием действительности человеком растет. Таким образом, информационные технологии рискуют стать решающим фактором в определении поведения индивида, откуда и вытекает возможность управления массовым сознанием с помощью киберпространства.

3.2. Трансформация массового сознания в XXI веке

Средства массовой информации – телевидение, радио, пресса – контролировали и продолжают контролировать массовое сознание населения, но с проникновением Интернета в повседневную жизнь человека само массовое сознание изменилось. В цифровой экономике информационные технологии и Интернет становятся неотъемлемой частью многих процессов, поэтому человеку не удастся «ускользнуть» от взаимодействия с всемирной сетью. Значит, в ближайшем будущем объём масс Интернет-аудитории будет лишь расти.

Принципиальное отличие современных медиа (включая социальные медиа) от традиционных заключается в том, что в сети «голос» есть у каждого пользователя. Публикации свободно комментируются их читателями, и в результате обсуждения изначально заложенный смысл может искажаться. Пользователи могут и сами служить информационными каналами – *self-media*. Люди все больше готовы доверять информации, получаемой в сети не от СМИ, а от обычных пользователей, не имеющих цели воздействовать на массовое сознание. Французский философ *Жак Деррида* (1930–2004) говорил, что общественное сознание прошлого,

несмотря на свое разнообразие, формировалось на основании эксплуатации одними классами других. В киберпространстве же равны люди всех классов и национальностей (Derrida, 1972).

Массовое сознание в сети отличается тем, что в нем общественное мнение и смыслы формируются в результате и *вертикальных*, и *горизонтальных информационно-коммуникационных взаимодействий*. Так, в Интернете сосуществуют различные группы и алгоритмы, анализирующие предпочтения каждого пользователя и создающие персонализированные потоки информации, описанные ранее. Они позволяют управлять массовым сознанием, воздействуя не на массы в целом, а на каждого отдельного пользователя. *Сергей Владимирович Володенков* (род. в 1974), учитывая технологические аспекты цифровизации, предполагает, что в ближайшем будущем управлять совокупностью персональных сознаний будет проще, чем воздействовать на традиционное общественное сознание (Володенков, 2018). Таким образом, управление массовым сознанием переходит от единообразного воздействия на массу к совокупности воздействий на каждого входящего в массу пользователя по отдельности. Говоря о влиянии алгоритмов нейронных сетей и Big Data, следует также отметить, что постоянный анализ многочисленных доступных данных позволяет *оценить состав общности* (назвать группы, члены которых входят в массу, определить их сходство), приблизительно определить характер «вхождения» индивидов в массу. С развитием информационных технологий появляются новые доступные параметры и такие оценки становятся все ближе к истине. По своей стохастической природе масса не обладает четкими границами, но, анализируя собираемые данные о входящих в ту или иную общность индивидах, можно определить отличительные особенности ее состава и наиболее часто встречающиеся в этой общности паттерны поведения. Так, массовое сознание становится «интерполируемым», следовательно, можно предсказывать реакцию людей на предполагаемое воздействие и управлять ими.

Сильное влияние на массовое сознание можно оказать с помощью технологий *искусственного интеллекта*. Как показывает современная практика государственного управления, искусственный интеллект уже применяется. При этом дальнейшие разработки в области искусственного интеллекта могут создать новую серьезную угрозу для современного общества. «Машинный разум» может взять верх над человеческим. Сознание лишившегося творческого и критического мышления человека, переложившего принятие решений на робота, может превратиться в компьютерную симуляцию. Массовое сознание может измениться коренным образом. «Массовый» человек рискует раствориться в гибридной реальности, охватывающей всё пространство континуума реальности-виртуальности и объединяющей цифровые и физические объекты в том или ином соотношении в новой среде (Milgram, Takemura, Utsumi, Kishino, 1994). Последствия развития области искусственного интеллекта и его влияние на человечество в целом и массовое сознание в частности нуждаются в дальнейшем, более глубоком осмыслении (Чернышов, 2019).

Развивающаяся культура породила цифровизацию, которая отвечает потребностям капиталистической модели постмодернистского постиндустриального общества очень хорошо. Она помогает управлять и массовым сознанием, и каждым индивидуумом. Цифровая трансформация позволяет легко *ставить ограничения* людям, что не соответствует их чаяниям и потребностям. Если при чтении новостной ленты манипулирование не так явно заметно, то отсутствие возможности выйти из дома без специального пропуска игнорировать невозможно. В настоящих условиях пандемии коронавируса COVID-19 ограничения почувствовали на себе почти все. Сейчас для власти как никогда просто создавать любые правила функционирования

в обществе и легко контролировать их исполнение. Можно сказать, что цифровая экономика вручила власти цифровые ключи от дверей в тоталитарное государство.

В такой ситуации недовольства людей массовое сознание может сыграть позитивную роль и не дать развиться худшему жизненному сценарию, который уже получил условное название «цифровой ГУЛАГ». Не только государство научилось быстро реагировать на ситуацию, используя цифровые технологии, но и люди *быстро реагируют* в социальных сетях. Далеко не только цифровизация воздействует на массовое сознание. Невозможно игнорировать социальные законы, поэтому куда развернется массовое сознание – то ли в направлении «полного принятия цифровой власти над собой», то ли будет достигнут баланс между цифровизацией и потребностями человека прежде всего в его свободе, а также неприкосновенности частной жизни, личных данных – покажет время. Мы только в начале этого пути.

Заключение

Подводя итоги статьи, обозначим основные выводы по изученной теме на основе выделенных во введении цели и задач.

Во-первых, массовое сознание представляет собой вид общественного сознания, присущий массе и определяющийся такими характеристиками, как противоречивость, сложность, размытость, эмоциональность и упрощенность.

Во-вторых, исторический аспект изучения взглядов на массовое сознание показывает возвращение современных философов и социологов к точке зрения Г. Лебона: толпа предстает в виде разрушительной силы. Современные теоретики приходят к выводу, что масса подвержена манипулятивному воздействию через «массовизацию» и «массификацию» людей в процессе глобализации.

В-третьих, мы полагаем, что механизмы и тренды цифровой экономики – технологии Big Data, персонализация и таргетированность, обратная связь, Интернет, омниканальность, искусственный интеллект – позволяют эффективнее воздействовать на массовое сознание людей, фиксируют его основные меняющиеся особенности: доверчивость, подверженность массовому воздействию, активное использование Интернет-сети, быстроту и предсказуемость реакции. В глобальной сети проще становится процесс изучения и оценки массы, что обеспечивает определенную прозрачность и открывает новые возможности для манипулирования, подтверждает выделенную в конце второго раздела гипотезу. В то же время цифровые инструменты воздействия на массовое сознание в киберпространстве теоретически могут быть доступны всем группам экономических субъектов с доступом к сети Интернет – и государству, и фирмам, и домашним хозяйствам. «Положение» субъекта в виртуальном мире и в цифровой экономике всё больше определяется его владением цифровыми технологиями и цифровыми компетенциями. Названные явления создают почву для новых экономических исследований.

Таким образом, изучение влияния цифровизации на массовое сознание на современном этапе имеет практическое применение для читателей, которые уже столкнулись с этой проблемой в условиях пандемии COVID-19. Однако это лишь начало, человечеству еще предстоит оценить влияние процесса цифровой трансформации, поскольку данный этап только начался, что делает исследование перспективным и актуальным.

Список литературы

- Вайтулевич С.Н. Маргинальное сознание и поведение как аспект социально-психологической организации маргинальной личности // Успехи современного естествознания. 2007. № 2. С. 60–61.
- Виноградова Л.В. Сущностные признаки массового сознания // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. № 73-1. С. 104–110.
- Володенков С.В. Массовая коммуникация и общественное сознание в условиях современных технологических трансформаций // Журнал политических исследований. 2018. № 3. С. 1–8.
- Гельвеций К.А. Сочинения: В 2 т. М.: Мысль, 1974.
- Грушин Б.А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. М.: Политиздат, 1987.
- Грушин Б.А. Массовое сознание // Новая философская энциклопедия. 2-е изд., испр. и доп. М.: Мысль, 2010, Т. 2. С. 503-504. URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASHf38bc2eb833401490106f3>.
- Зелинский С.А. Управление психикой посредством манипулятивного воздействия. СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2009.
- Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995.
- Ленин В.И. Полное собрание сочинений. М.: Политиздат, 1976.
- Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений (1835–1844). М.: Политиздат, 1956.
- Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологии масс. М.: Академический проект, 2011.
- Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Екб.: Деловая книга, 2001.
- Ольшанский Д.В. Психология масс. СПб.: Питер, 2002.
- Тощенко Ж.Т. Метаморфозы современного общественного сознания: методологические основы социологического анализа // Социологические исследования. 2001. № 6. С. 3–15.
- Тутов Л.А. Человек в цифровой экономике: возможности для личностного развития // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2017. Т. 9. № 4 (26). С. 71–78. <https://doi.org/10.38050/2078-3809-2017-9-4-71-78>
- Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я. М.: АСТ, 2004.
- Хевеши М.А. Толпа, масса, политика: Историко-философский очерк. М.: ИФРАН, 2001.
- Чернышов А.Г. Искусственный интеллект в качестве новой религии и идеологии цифровых данных // Власть. 2019. Т. 27. № 2. С. 76–83. DOI: <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i2.6301>
- Derrida J. La dissémination. Paris: Éditions du Seuil, 1972.
- Hassan R. The Condition of Digitality: A Post-Modern Marxism for the Practice of Digital Life. London: University of Westminster Press, 2020. DOI: 10.16997/book44
- Milgram P., Takemura H., Utsumi A., Kishino F. Augmented Reality: A class of displays on the reality-virtuality continuum // Telem manipulator and Telepresence Technologies. 1994. № 2351. P. 282–292. DOI: 10.1117/12.197321
- Shipunova O.D., Mureyko L.V., Berezovskaya I.P., Kolomeyzev I.V., Serkova V.A. Cultural Code in Controlling Stereotypes of Mass Consciousness // European Research Studies Journal. 2017. Vol. 20. № 4B. P. 694–705. DOI: 10.35808/ersj/921

Young Researchers' Studies

PROPERTIES OF MASS CONSCIOUSNESS IN THE DIGITAL ECONOMY

**Polina E. Zhiburt, Vera S. Kazarova,
Ekaterina V. Kruchinkina, Aleksandra E. Chikunova**
*Bachelor Students,
Lomonosov Moscow State University, Faculty of Economics
(Moscow, Russia)*

Abstract

The article considers the theoretical aspects of mass consciousness and its forms, the essential characteristics of mass behavior, as a result of which the definition of this term is formulated and corrected. The authors analyze the evolution of concepts of mass consciousness in historical retrospect and at the present stage, its features in the conditions of transition to the digital economy. A fresh look at the problem of mass manipulation in a digital society through various mechanisms is given, and the transformation of mass behavior in the 21st century is analyzed by comparison.

Keywords: mass consciousness, mass, mass behavior, digital economy.

JEL: D700, D790, O100, O320.

For citation: Zhiburt, P. E., Kazarova, V.S., Kruchinkina, E. V., Chikunova, A. E. (2021). Properties of Mass Consciousness in the Digital Economy. Scientific Research of Faculty of Economics. Electronic Journal, vol. 13, no. 1, pp. 82-95. DOI: 10.38050/2078-3809-2021-13-1-82-95

References

Vaytulevich S.N. Marginal'noe soznanie i povedenie kak aspekt sotsial'no-psikhologicheskoy organizatsii marginal'noy lichnosti [Marginal consciousness and behavior as an aspect of the socio-psychological organization of a marginal personality]. Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya [Advances in current natural sciences], 2007, no. 2, pp. 60–61 (In Russian).

Vinogradova L.V. Sushchnostnye priznaki massovogo soznaniya [Essential signs of mass consciousness]. Izvestiya RGPU im. A.I. Gertsena [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences], 2008, no. 73-1, pp. 104–110 (In Russian).

Volodenkov S.V. Massovaya kommunikatsiya i obshchestvennoe soznanie v usloviyakh sovremennykh tekhnologicheskikh transformatsiy [Mass communication and public consciousness in the conditions of modern technological transformations]. Zhurnal politicheskikh issledovaniy [Journal of politic research], 2018, no. 3, pp. 1–8 (In Russian).

Gel'vetsiy K.A. Sochineniya: V 2 t. [Works: In 2 vols.]. Moscow, Mysl' Publ., 1974, 687 pp. (In Russian).

Grushin B.A. Massovoe soznanie: opyt opredeleniya i problemy issledovaniya [Mass consciousness: The experience of the definition and problems of research]. Moscow, Politizdat Publ., 1987, 368 pp. (In Russian).

Grushin B.A. Massovoe soznanie [Mass consciousness // New philosophical encyclopedia. 2nd ed.]. Novaya filosofskaya entsiklopediya. 2-e izd., ispr. i dop. [New philosophical encyclopedia. 2nd ed.]. Moscow, Mysl' Publ., 2010, vol. 2 pp. 503-504 (In Russian). URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASHf38bc2eb833401490106f3>

Zelinskiy S.A. Upravlenie psikhikoy posredstvom manipulyativnogo vozdeystviya [Control of the psyche through manipulative influence]. St. Petersburg, Publishing and Trading House SKIFIA, 2009, 528 pp. (In Russian).

Lebon G. Psikhologiya narodov i mass [Crowd and mass psychology]. St. Petersburg, Maket Publ., 1995, 311 pp. (In Russian).

Lenin V.I. Polnoe sobranie sochineniy [Complete set of works]. Moscow, Politizdat Publ., 1976, 37992 pp. (In Russian).

Marks K., Engel's F. Iz rannikh proizvedenii (1835–1844) [From early works (1835-1844)]. Moscow, Politizdat Publ., 1956, 690 pp. (In Russian).

Moskovichi S. Vek tolpa: Istoricheskiy traktat po psikhologii mass [The age of the crowd: a historical treatise on mass psychology]. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2011, 480 pp. (In Russian).

Ol'shanskiy D.V. Osnovy politicheskoy psikhologii [Fundamentals of political psychology]. Yekaterinburg, Delovaya kniga Publ., 2001, 496 pp. (In Russian).

Ol'shanskiy D.V. Psikhologiya mass [Mass psychology]. St. Petersburg, Piter Publ., 2002, 368 pp. (In Russian).

Toshchenko Zh.T. Metamorfozy sovremennogo obshchestvennogo soznaniya: metodologicheskiye osnovy sotsiologicheskogo analiza [Metamorphoses of modern Social Consciousness: methodological foundations of sociological analysis]. Sotsiologicheskiye issledovaniya [Sociological research], 2001, no. 6, pp. 3–15 (In Russian).

Tutov L.A. Chelovek v tsifrovoy ekonomike: vozmozhnosti dlya lichnostnogo razvitiya [Human in digital economy: opportunities for personal development]. Nauchnyye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyy zhurnal [Scientific research of the Faculty of Economics. Electronic journal], 2017, vol. 9, no. 4 (26), pp. 71–78 (In Russian). <https://doi.org/10.38050/2078-3809-2017-9-4-71-78>

Freyd Z. Psikhologiya mass i analiz chelovecheskogo YA [Group Psychology and the Analysis of the Ego]. Moscow, AST Publ., 2004, 320 pp. (In Russian).

Kheveshi M.A. Tolpa, massa, politika: Istoriko-filosofskiy ocherk [Crowd, mass, politics: A historical and philosophical essay]. Moscow, IFRAN Publ., 2001, 223 pp. (In Russian).

Chernyshov A.G. Iskusstvennyy intellekt v kachestve novoy religii i ideologii tsifrovyykh dannykh [Artificial intelligence as a new religion and ideology of digital data]. Vlast' [The Authority], 2019, vol.27, no. 2, pp. 76–83 (In Russian). DOI: <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i2.6301>

Derrida J. La dissemination [Dissemination]. Paris, Editions du Seuil, 1972, 398 pp. (In French).

Hassan R. The Condition of Digitality: A Post-Modern Marxism for the Practice of Digital Life. London, University of Westminster Press, 2020, 212 pp. DOI: [10.16997/book44](https://doi.org/10.16997/book44)

Milgram P., Takemura H., Utsumi A., Kishino F. Augmented Reality: A class of displays on the reality-virtuality continuum. *Telem manipulator and Telepresence Technologies*, 1994, no. 2351, pp. 282–292. DOI: 10.1117/12.197321

Shipunova O.D., Mureyko L.V., Berezovskaya I.P., Kolomeyzev I.V., Serkova V.A. Cultural Code in Controlling Stereotypes of Mass Consciousness. *European Research Studies Journal*, 2017, vol. 20, no. 4B, pp. 694–705. DOI: 10.35808/ersj/921