



семиозиз, актуализирующий эту задачу в статусе истинной середины (die wahre Mitte), в которой идеируется условное единство бытия и мышления, находит в информационных технологиях ту абстракцию, которая предстаёт достаточной по показаниям своей операциональной исполнимости и модельной репрезентативности. Информационные технологии представляют собой абстракцию онтогносеологического гомеостаза, обладающую общезначимыми признаками, позволяющими специфицировать прагматический результат.

Литература

1. Лейбниц, Г.В. Сочинения в 4-х томах [Текст] / Г.В. Лейбниц. – М.: Мысль, 1984, т.3. – 734с.
2. Асмус, В.Ф. Проблема интуиции в философии и математике (Очерк истории: XVII — начало XX в.) [Текст] / В.Ф. Асмус. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 320 с.
3. Штейнгауз, Г. Математика – посредник между духом и материей [Текст] / Г. Штейнгауз. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2005. – 351с.
4. Тьюринг, А. Вычислительные машины и разум [Текст] / А. Тьюринг. – М.: АСТ, 2018. – 128с.
5. Твердынин, Н.М. Техника в литературе разных стран и эпох [Текст] / Н.М. Твердынин. – М.: АНО «Диалог культур», 2019. – 240с.
6. Нестеров, А.Ю. Семиотические основания техники и технического сознания [Текст] / А.Ю. Нестеров. – Самара: Издательство самарской гуманитарной академии, 2017. – 155с.
7. Лифшиц, М.Л. Что такое классика? [Текст] / М.Л. Лифшиц. – М.: Искусство XXI век, 2004. – 512с.

Е.В. Орлова

DIGITAL PEOPLE: ОСОБЕННОСТИ, ФИЛОСОФИЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ

(Уфимский государственный авиационный технический университет)

Аннотация. В обзоре приводится сравнительный анализ архетипов поколений. Рассматриваются типичные особенности цифрового человека как представителя поколения Z. Определяются контуры и возможности перехода к киберфизическим системам через цифровых людей.

Ключевые слова: теории поколений, цифровые (виртуальные) люди, приложения в маркетинге; киберфизические системы.

Категории Digital Natives, Digital people, цифровое поколение, цифровые аборигены используются для характеристики людей, родившихся в период цифровой революции и уже привыкших получать информацию об окружающем



мире, его объектах, взаимосвязях и отношениях посредством цифровых каналов коммуникации. Эти термины впервые были предложены Марком Пренски [1], а людей, родившихся до периода массового проникновения цифровых технологий (приблизительно до 1980 г.) во все сферы жизнедеятельности он назвал «цифровыми иммигрантами» (Digital Immigrants). Для более детального анализа характеристик Digital people обратимся к теории поколений.

Основоположниками теории поколений являются Нейл Хоу и Уильям Штраус. В 1991 году ими была предложена концепция, основанную на описании философии людей разного возраста, а также поведенческие особенности каждой возрастной группы [2]. В их совместной монографии «Generations» детально описывается история каждого поколения, живущего в разные временные интервалы в США, начиная с 1584 года. В монографии «The Fourth Turning» [3] авторы выдвигают идею о том, что в основном людей можно разделить на четыре группы-поколения, сменяющие друг друга каждые 20 лет. Затем поведенческие модели повторяются, то есть цикл четырех поколений запускается снова. Основные положения теории поколений следующие:

- личность каждого человека формируется под влиянием разнородных факторов и причин: семьи, социума, повседневной обстановки и работы;
- общие ценности образуются за счет существенных событий в стране и мире (например, войн), которые определяют мировоззрение человека;
- серьезное влияние на общество оказывают средства массовой информации, которые транслируют социальные и морально-общественные ценности и нормы;
- развитие в науке, технике и способах передачи информации оказывает значимое влияние на формирование поколения. Постепенно стирается разница между материальным и виртуальным миром.

В теории поколений выделяют разные поведенческие архетипы, отличающиеся историческим развитием стран или групп стран. Так в англо-американской истории поколения формируются в зависимости от исторических циклов – цикл позднего средневековья (1433-1482 гг.), цикл реформации (1483-1587 гг.), цикл нового света (1588-1700 гг.), революционный цикл (1701-1791 гг.), цикл гражданской войны (1792-1859 гг.), цикл «великой силы» (1860-1942 гг.), цикл миллениум (1943 - по наше время). Последний включает поколения бэби-бумеров (1943-1960 гг.), поколение X (1961-1981 гг.), поколение Y (1982-2004 гг.), поколение Z (2005-по наше время).

В России, в отличие от США, теорию поколений изучают не историки, а маркетологи, специалисты по рекламе и связям с общественностью и HR-менеджеры, которые применяют её на практике. В российской истории выделяют следующие циклы исторического развития и соответствующие поколения с характерными чертами, таблица 1.



Таблица 1. Описание архетипов поколений в российской истории

| Поколение, годы рождения | Основные события, формирующие особенности поколения | Базовые характеристики поколения |
|--------------------------------|---|---|
| Величайшее поколение 1903-1923 | Эпоха спада (1903-1923 гг.). Первая мировая война, революционные события 1905г. и 1917 г., коллективизация, электрификация, создание СССР | Трудолюбие, ответственность, почти религиозная вера в светлое будущее, приверженность идеологии, семья и семейные традиции, доминантность и категоричность суждений |
| Молчаливое поколение 1924-1943 | Эпоха кризиса (1923-1945 гг.). Вторая мировая война, восстановление страны, открытие антибиотиков | Преданность, соблюдение правил, законов, уважение к должности и статусу, честь, терпение |
| Бэби-бумеры 1944-1963 | Эпоха подъёма (1945-1964 гг.). Окончание Второй мировой войны, покорение космоса, СССР - мировая супердержава, холодная война | Оптимизм, заинтересованность в личном росте и вознаграждении, в то же время коллективизм и командный дух, культ молодости |
| Поколение X 1964-1984 | Эпоха пробуждения или стабильности (1964-1985 гг.). Продолжение холодной войны, перестройка, распространение наркотиков, СПИДа, война в Афганистане | Готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, неформальность взглядов, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов |
| Поколение Y 1985-2003 | Эпоха спада (1985-2003 гг.). Распад СССР, теракты и военные конфликты, развитие цифровых гий, бурное развитие Интернет, мобильной связи | Гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом скептицизм и неумение подчиняться, требование немедленного вознаграждения |
| Поколение Z 2004-2024 | Эпоха кризиса (2004-2024 гг.). Развитие интернета, смартфоны, продукты массового потребления, мировой экономический кризис, пандемия COVID-19 | Многозадачность, практичность, техническая и информационная грамотность |

На взгляды поколения X повлиял спад рождаемости, войны на Ближнем Востоке. Это эра начала интернета и первых компьютеров. Большая часть этой категории людей были предоставлены сами себе, очень недоверчива ко всему что их окружает, начиная от рекламных продуктов и заканчивая уверенностью в завтрашнем дне. Им присуще свойство полагаться только на самих себя. В работе они ценят стабильность и возможность самореализации, для них важен профессиональный рост, при этом они проводят в соцсетях меньше времени, чем представители других поколений.

Мир вокруг представителей поколения Y меняется стремительно и уходит в онлайн. Это время расцвета интернета и технологий. В отличие от предшественников люди данного поколения не спешат устраиваться на работу и заводить семью, в работе, их интересуют высокие заработные платы, но при этом им требуются индивидуальные условия, подходящие для обеспечения их временного комфорта. Они делают консервативный выбор, планируют крупные покупки и перепроверяют информацию.

Для поколения Z характерно то, что для них стирается грань между реальностью и виртуальным миром. В отличие от всех предыдущих поколений,



их не интересуют материальные ресурсы (деньги, дорогие машины, квартиры), они не имеют сильной привязанности к материальным ценностям. Вместо приобретения квартиры или дома можно арендовать апартаменты, использовать каршеринг (car shating). В ряде случаев наблюдается то, что эти люди не проявляют интерес ни к чему, кроме молодежных тусовок и событий, позволяющих испытать новые ощущения в жизни. Они быстро меняют цели, не признают авторитетов, не хотят быть наемными работниками, хотят сделать увлечение работой и предпочитают быть на связи всегда.

Особенностью цифровых людей является то, что они «просто живут своей жизнью», как и все остальные. Цифровые люди делятся мыслями и чувствами через соцсети. Некоторые из них признают, что они ненастоящие. Несмотря на это, благодаря соцсетям цифровые люди создают довольно реалистичный образ. Им просто добиться успеха: им не нужно ни таланта, ни чувства юмора. Довольно легко придумать биографию и цель, ради которой такой человек борется. Намного сложнее показать, как цифровой человек выражает себя посредством искусства. Цифровые представители какого-либо бренда более надежны, на них можно положиться, с ними меньше проблем, чем с их «живыми» коллегами.

Сегодня существует тысячи виртуальных персон, анимационных персонажей с телевидения, мультфильмов. Ключевая их особенность состоит в том, что они «просто живут» в нашем мире, как обычные люди. Цифровым людям нужно делиться своими мыслями и эмоциями, как и всем остальным. Но они это делают посредством социальных сетей. Чтобы создать цифрового человека нужен только Photoshop и немного изобретательности. Такие цифровые персонажи созданы с нуля и существуют только в виртуальном пространстве. Примерами таких цифровых персонажей являются, рис. 1.



Рис. 1. Примеры виртуальных (цифровых) персонажей – Лил Микела и Блавко

Лил Микела – виртуальный блогер, захватившая fashion-индустрию. Согласно ее выдуманной биографии, ей 19 лет, она модель и певица бразильского происхождения. За два года Лил Микела набрала более миллиона подписчиков, разработала одежду для нескольких известных брендов и привлекла \$6 миллионов инвестиций. Микела успешная модель, позирует в Louis Vuitton,



Prada, Burberry, Fendi для различных изданий. Она может появиться на улицах во время недели моды в Нью-Йорке или же «выйдет на подиум» в виде голограммы. Блавко – приятель Лил Микелы. Он публикует фотографии, на которых общается и отдыхает с реальными людьми.

Можно предположить, что такие цифровые персонажи могут начать сотрудничать с компаниями, например Soul Machines. Компания намерена изменить наше представление о взаимодействии реального и виртуального миров. Она анонсировала концепт виртуального сотрудника МакДоналдс, который может работать с клиентами на кассе. Речь также может идти не только о создании умных пространств – умных домов, умных городов, но и о реальном переходе к киберфизическим системам – системам, формирующим образ четвертой промышленной революции (4IR).

Литература

1. Поколение Digital Native: цифровое детство меняет будущее человечества. URL: <https://life.ru/p/888939/>. Дата обращения 20.04.2021
2. Howe Neil, Strauss William (1991). Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company.
3. Howe Neil, Strauss, William (1997). The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. New York: Broadway Books.
4. Орлова Е.В. Моделирование функции полезности с учетом иррациональных факторов // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 3. – С. 24–30.
5. Орлова Е.В. Управление хаотической динамикой цен в модели ценовой конкуренции // Автоматика и телемеханика. – 2017. – № 1. – С. 19-34.
6. Исмагилова Л.А., Орлова Е.В. Эффективное управление разноуровневыми экономическими системами. – М.: Машиностроение, 2012. – 384 с.
7. Орлова Е.В. Модели и механизмы согласованного управления производственно-экономической системой: дис. на соискание уч. степени д-ра техн. наук. – Уфа, 2018. – 340 с.