

УДК 101.1:316+124.5

DOI: 10.26456/vtphilos/2025.1.095

Целеполагание в цифровую эпоху

В.Г. Поваляев, Т.Г. Стоцкая, А.А. Шестаков

ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»,
г. Самара

Цели исследования – определить особенности социальной среды, в которой осуществляются процессы целеполагания в условиях цифровой эпохи, и обосновать направления дискурса о содержании и пределах целеполагания в современном обществе. Методология работы связана с выявлением сущности аксиологических оснований целеполагания в условиях современного этапа развития общества. В работе применяется логический метод и метод интерпретации в рамках интервального подхода. Научная новизна связана с обоснованием нового направления на исследования целеполагания как социального явления, основания которого связаны с процессами цифровизации. В статье рассматривается проблема влияния цифровизации на процедуры целеполагания, ставится вопрос о границах и пределах проникновения цифровой культуры в индивидуальное и массовое сознание. Авторы исходят из предпосылки, что формирование целей в обществе опосредовано характеристиками социальной среды, а, стало быть, масштабная трансформация форм представления информации не может не сказаться на процессах формирования и выдвижения целей индивидуальным или совокупным общественным субъектом. Опираясь на убеждение об ограниченном становлении цифрового общества, авторы ставят вопрос о необходимости социально-философского анализа процессов целеполагания в среде первого «цифрового» поколения – поколения Z.

Ключевые слова: *целеполагание, цифровая эпоха, цифровизация, поколение Z, информационное общество, тайм-менеджмент.*

Цифровая эпоха характеризуется стремительными изменениями в технологиях, культуре и экономике. Век информации, глобализации и цифровизации ставит перед человеком новые задачи и меняет подход к целеполаганию. Эффективность постановки целей и выработка оптимальных способов их достижения в условиях постоянных изменений – насущный вопрос, важность которого будет стремительно возрастать. Традиционные модели целеполагания, основанные на стабильных и предсказуемых условиях, начинают терять свою актуальность. В цифровую эпоху акцент смещается с фиксированных целей, которые можно достичь через планирование и контроль, на более гибкие и адаптивные подходы. Важно не только ставить цели, но и уметь их адаптировать к происходящим изменениям.

Содержание понятия «цифровая эпоха» требует определенного уточнения. В настоящее время в литературе предикат «цифровая» используется при описании самых разных феноменов социальной сферы: «цифровая философия», «цифровой человек», «цифровая экология», «цифровая благодарность», «цифровая религия», «цифровая этика», и даже «цифровая танатология». Как метко замечает Н.А. Райков, существует «виртуальность, новым явлениям которой мы и названия-то едва успеваем придумывать» [8, с. 173]. Эти и многие другие словосочетания, дефиниции и концепции, используемые при раскрытии смысла обозначенных выше явлений, получили весьма широкое распространение не только в исследовательских практиках, но и в повседневной и политической риторике и даже в стратегиях государственного развития. Вместе с тем, крайне мало работ, в которых содержится убедительная экспликация понятий «цифровая эпоха», «информационная эра», «информационное общество», «постиндустриальная эпоха», «информационно-технологический сдвиг», «цифровая реальность 2.0», «третья современность» и т. д. А ведь некоторые исследователи используют даже такие понятия как «постиндустриально-информационно-цифровая эпоха» и «квази-информационное общество». Так, Соколов Е.Г. в статье с показательным названием «Информационная/цифровая эпоха. Предварительная разметка. К постановке проблемы» замечает, что «все возможные смыслы, очерченные горизонты и компетенции дискурсивных репрезентаций, что подразумеваются под этими терминами и выражениями, допустимо рассматривать как единый комплекс или общее проблемно-операционное поле, где замена одного слова другим не приведет к фатальным ошибкам» [10, с. 13–14].

Определенный скептицизм указанного автора можно понять: как и некоторые другие исследователи, он считает, что информационно-технологические инновационные практики в полный мере затронули лишь незначительные территории планеты, поэтому преждевременно делать выводы о глобальном влиянии данного «тренда» на развитие человечества. Трудно не согласиться с мнением автора, что на территориях, исключенных из информационно-цифровых тенденций, проживает по крайней мере 7 млрд людей, а «локомотивом, втаскивающим все человечество в будущее», являются от 600 до 900 млн человек. Однако намного интереснее замечание автора про существование таких социальных групп, которые «даже если и практикуют отдельные типы или виды новомодных гаджетов и активность в соцсетях, но радикально не меняют свое сознание, отношение к миру или общую картину мироустройства» [10, с. 9].

В целом, такая позиция видится более объективной, чем ставшие классическими обороты про всеобъемлющее проникновение цифровизации: как, например, «цифровизация охватывает сегодня почти все стороны жизни. И ее проникновение вширь и вглубь современного общества усиливается буквально на глазах. Уже самого факта учреждения министерства по делам цифровизации совершенно достаточно, чтобы понять: назад в

нормальность доцифровой эпохи все пути отрезаны!» [9, с. 21]. Возможно, часть расхождений в позициях авторов можно преодолеть, используя понятие «цифровой человек», т. е. индивид, интегрированный в тенденции цифровизации, не ограничивающийся использованием «новомодных гаджетов» и «активностью в соцсетях». Анализ исследовательской литературы показывает, что за термином «цифровой человек» скрывается (в широком контексте) человек цифровой эпохи, координаты жизнебытия которого задаются законами цифровой реальности, а системообразующим становится такое свойство как дигитальность [6, с. 71].

В целом, в рамках данной статьи, вполне уместным будет принять точку зрения Тузовского И.Д., который считает, что «методологически более верно обозначать современность как Цифровую эпоху» [11, с. 34]. Относительно термина «информационное общество», Тузовский убежден, что «любое производное от термина «информация» для обозначения современности обладает двумя несомненными недостатками: 1) неинформационных обществ не существует, поскольку элементарным социологическим фактом и основой возникновения общества как реальности является взаимодействие / коммуникация двух и более индивидов, а значит – информационный обмен; 2) сама категория «информация» во многом является фикцией именно как категория. Ее содержание строго определено в математике и физике, однако в общественных и гуманитарных науках отсутствует разделяемое всеми понимание» [11, с. 33].

Отметим, что понятия «информатизация» и «цифровизация» часто используются как синонимы, однако между ними существует определенное различие, которое имеет значение не только для теоретиков, но и для бизнеса, государственных структур и образовательных учреждений. Итак, информатизация – это процесс внедрения информационных технологий в различные сферы общественной жизни с целью улучшения доступа к информации и ее обработки. К основным характеристикам этого процесса можно отнести не только внедрение новых технологий, но и организационные изменения, улучшение доступа к информации, повышение качества её обработки, интеграция информации в повседневную практику. Цифровизация, в свою очередь, – это процесс преобразования аналоговых данных и процессов в цифровую форму. Это обычно включает в себя использование информационных технологий для создания, обмена и хранения информации в цифровом виде. К ключевым особенностям цифровизации можно отнести фокусирование на определенных технологиях, автоматизации процессов и акцент на взаимодействии субъектов.

Информатизация и цифровизация дополняют друг друга. Первая создает базу для цифровизации, обеспечивая доступ к необходимым данным. В свою очередь, цифровизация усиливает эффект информатизации, автоматизируя и оптимизируя процессы. Дурнев А.Д. в работе «Событие в цифровую эпоху» дал максимально ёмкое определение цифровизации: «цифрови-

зация – это трансформация» [4, с. 329]. В отличие от различных дополнений к социальным практикам, выступающих своего рода улучшением, апгрейдом действительности, цифровизация/трансформация встраивается в сущностные характеристики социума, проявляясь во всех видах деятельности, и определённым образом преобразуя не только её сущностные характеристики, но и её структуру. Любопытное понятие – «когнитивные расширители» – можно встретить в работе Д.Д. Валиева «Цифровое сознание и идентичность». Как отмечает автор, «различение между когнитивными расширителями и инструментами, предлагающими “познание как услугу”, поднимает вопрос о степени интеграции этих технологий в наши когнитивные процессы, их воздействие на нашу личность и когнитивную автономию» [2, с. 592]. Иными словами, цифровизация – это форма представления информации, способ актуализации данных в поле социального взаимодействия. Соответственно, можно согласиться с утверждением социологов, что «в таком обществе возникают принципиально новые цифровые социальные институты, меняющие человека и его положение в новой среде» [1, с. 31]. Или с созвучным ему (но более радикальным) предположением, что «может быть более подходящим мыслить действующее лицо в цифровую эпоху как некоторый смысловой гибрид, несводимый к идентичности одного из элементов, составляющих цифровое событие» [4, с. 336].

Цифровизация предоставляет новые инструменты для целеполагания и его мониторинга. Big Data, искусственный интеллект и облачные технологии помогают индивидам и организациям понимать, какие цели являются наиболее актуальными, и как их достичь. Отметим, что одна из шести основных характеристик Big Data – это Variability (изменчивость). Согласно данной характеристике большие данные обновляются в режиме онлайн, а на нестабильность потока данных влияют и скорость передачи информации, и изменение источников, и активность пользователей, и даже... сезонность.

По распространённому мнению, эти технологии позволят не только упростить процесс целеполагания, но и сделать его более основанным на анализе реальных данных и прогнозах. В данный момент сложно констатировать фактическое «упрощение процесса», но, так или иначе, можно обратить внимание на проблему вхождения технологий в систему целеполагания человека. Не случайно, у ряда исследователей такое положение вещей вызывает тревогу. Ещё в 1977 г. А.И. Яценко в работе «Целеполагание и идеалы» указывал, что «тенденция отчуждения от человека созданных им средств, превращения их в самоцель становится тем опаснее, чем мощнее становится мир средств» [14, с. 3]. Можно считать, что с этим утверждением согласился бы и Д.Е. Прокудин, утверждающий, что цифровизация есть «самый эффективный способ формирования одинаково мыслящей человеческой массы, являющейся источником прибыли – “человеческого капитала” в современной терминологии» [6, с. 46–47].

В любом случае, нельзя недооценивать существенные изменения в социальной сфере. Последняя играет ключевую роль в процессах целеполагания, т. к. она – через преобладающие социальные ценности, социальные ресурсы и культурные трансформации – формирует контекст, в котором устанавливаются цели. Социальная сфера обуславливает как содержание целей, так и стратегии их достижения, а также условия, в которых эти процессы происходят. Выработка, постановка целей связана с познанием объективных возможностей, имеющих в самой действительности, и на этой основе человек может осуществить выбор той возможности, которая, будучи превращена в действительность, наиболее соответствует, приближена к потребности (см. подр.: [3, с. 26]). Отсюда можно сделать вывод, что не цели порождают возможности, реальные цели ставятся на основе имеющихся возможностей, заключенных в самой действительности.

Но цифровой человек, кажется, считает наоборот, и придерживается точки зрения, сходной с прагматизмом Д. Дьюи. Словно ощущая катастрофическую нехватку целей, человек цифровой эпохи активно осваивает многообразные техники и методы целеполагания. Помимо знаменитого метода целеполагания SMART (сформулирован в 1981 г.), пользуются популярностью MBO (1954 г.), OKR (1971 г.), BSC (1996 г.), HARD (2010 г.), BSQ (2014 г.). И этот список далеко не полный. Все указанные методы, что показательно, рассчитаны на быстрое освоение и быстрое применение. Если добавить к этому перечню методики управления временем (тайм-менеджмент) – такие как матрица Эйзенхауэра, метод GTD, метод ZTD, принцип девяти дел, техника временных блоков, метод помидора, система 4D, ABC-планирование и др., то складывается картина глобального исчезновения из бытия человека цифровой эпохи времени и целей.

Отметим, что техники тайм-менеджмента уже активно покидают своё изначальное пространство сферы управления и широко проникают в социальную среду, где их берёт на вооружение каждый, кто стремится стать «успешным». Полагая SMART и матрицу Эйзенхауэра как примеры технологий, можно поставить вопрос о том, насколько социальная реальность (под видом необходимости управления временем) требует от индивида отказаться от ряда своих жизненных проявлений, утверждая их как нерезультативные, неэффективные отклонения от пути к поставленной цели. В этой связи неожиданный смысл приобретает высказывание Н.А. Райкова, сделанное несколько по другому поводу: «сейчас мы вплотную подошли к рубежу, за которым все больше решений будет приниматься за пределами человеческой головы, человеческого сознания. Процесс принятия решений вплоть до своей финальной точки стремительно выносятся куда-то вовне – в сети, распределенные сервера, облака данных» [8, с. 173]. Следует, видимо, добавить – в методики целеполагания и управления временем. Но не только.

В этой связи, показательна технология использования аватаров на базе искусственного интеллекта, которые за время, прошедшее с момента

выхода работы Н.А. Райкова (2017 г.), уже стали настолько развитыми, что способны участвовать в сложных процессах принятия решений. В связи с чем – в ряде исследований, посвященных вопросам права, – поднята проблема правосубъектности ИИ-аватаров, вплоть до возможности приобретения ими статуса юридического лица. Поскольку аватары на основе ИИ становятся более сложными, автономными и способными участвовать в сложных процессах принятия решений, все актуальнее становится вопрос об их правовом статусе и субъектности [12, с. 863]. Как убедительно показывает Б.Ч. Чонг, традиционные правовые нормы, построенные вокруг концепции человеческой деятельности и ответственности, все больше подвергаются сомнению в связи с появлением субъектов ИИ, которые могут действовать независимо и оказывать значительное влияние на виртуальный и реальный миры [12, с. 863].

Рассматривая «цифровую бездну», необходимо учитывать, что даже перечень методик не исчерпывает всех продуктов данного направления. Цифровизация предполагает многостороннее воздействие. К примеру, существует множество приложений, таких как Todoist, Trello или Asana, которые помогают структурировать задачи; цифровых дневников, таких как Day One или Journey, которые помогают фиксировать достижения на пути к цели; платформы вроде Coursera, Udemu или Skillshare, которые помогают развить необходимые навыки для достижения поставленных целей, и т. д. Общеизвестна точка зрения, что обучение новому – это ключевой аспект целеполагания, который помогает оставаться конкурентноспособным, востребованным, энергичным в этом быстро меняющемся мире. Но между освоением новейшего станка ЧПУ на заводе и освоением программы лояльности участника «клуба» какой-либо продуктовой сети есть значительное различие: в первом случае происходит увеличение производительности, во втором – формируются навязанные извне стандарты потребления. Как отмечает Б.Ч. Чонг, рассматривая обратную плоскость данного вопроса: «мы концептуализируем виртуальные сущности и взаимодействуем с ними, бросая вызов традиционным представлениям об идентичности, субъектности и социальных взаимодействиях» [12, с. 862].

Вообще говоря, употреблять местоимение «мы» или словосочетание «в этом быстро меняющемся мире» нужно с определенной осторожностью. Да, сегодня и организации, и индивиды осознают, что могут столкнуться с неожиданными обстоятельствами, и поэтому целеполагание должно быть динамичным процессом. Гибкость в подходах к целям позволяет быстрее перестраиваться, учитывая новые вводные, новые реалии. Стратегии, основанные на Agile-методологиях, становятся все более популярными. Они помогают не только ускорять процесс принятия решений, но и оперативно изменять вектор движения при необходимости. Но общество – не единый монументальный конструкт. Для одних социальных групп мир «быстро меняющийся» (иногда стремительно становящийся «чужим»), для других – совершенно естественный, обычный, для третьих –

это «мир контрастов». Вспоминая вышеприведенное мнение Е.Г. Соколова, нельзя не отметить, что в метрополитенах некоторых российских городов до сих пор «не ловит» Интернет, а на некоторых российских заводах наряду с новейшими станками ЧПУ ещё действуют (и активно используются!) станки 1930-х гг., приобретенные у США во времена форсированной индустриализации. В этой связи для лучшего понимания зоны влияния цифровизации нельзя обойти вниманием теорию поколений У. Штрауса.

В российской действительности теория поколений ещё не учитывается в управлении и производстве в такой степени, как на Западе, однако ряд организаций уже принимают меры, в основе которых лежит внимание к различиям поколений. Поколение Z (родившиеся приблизительно с середины 1990-х до начала 2010-х гг.) можно по праву считать первым цифровым поколением. На примере поколения Z можно, в той или иной степени, проследить влияние процессов цифровизации на становление социальности, мировоззренческих установок и целеполагание. Развернутый анализ поколения Z как субъекта экономики (в связи его характеристик с влиянием цифровизации) можно, в частности, встретить в работе Т.Н. Ямщиковой, И.В. Скобляковой, Д.А. Бухтияровой. Не вдаваясь в подробности данного исследования, выделим только одну мысль, которая особенно актуальна для постановки проблемы целеполагания в цифровую эпоху – «масса возможностей и отсутствие четких ориентиров привносит в жизнь поколения Z некую суетливость и разбросанность» [13, с. 1443]. Соглашаясь, в целом, с такой установкой, следует отметить, что под «отсутствием четких ориентиров» может невольно пониматься иной взгляд на своё место в обществе, иное мировоззрение.

Дело в том, что в цифровом обществе наблюдается кардинальная смена акцентов в восприятии труда и роли работника. Если ранее работник зачастую занимал пассивную позицию, подстраиваясь под требования работодателя, то сегодня акцент смещается в сторону активного участия и самореализации. Современные компании все чаще осознают важность формирования позитивного имиджа не только производимых продуктов, но и самих сотрудников. Лидеры рынка внедряют методы, направленные на создание атмосферы, где труд воспринимается как нечто большее, чем просто средство заработка. Это включает в себя моральные аспекты, такие как признание заслуг сотрудников, создание возможностей для профессионального роста и поддержка инициатив. В условиях цифровизации работники получают доступ к новым инструментам и ресурсам, которые позволяют им не только выполнять свои обязанности, но и активно участвовать в формировании своего рабочего пространства. Переход от пассивной роли работника к активной позиции требует изменения менталитета. Вектор развития современной компании включает в себя ценность восприятия работниками себя не просто как исполнителей задач, но и как активных участников процессов. Вместе с тем, нельзя не учитывать наличие ис-

следований относительно неопределенности российской молодежи в собственном будущем, что свидетельствует о неоднозначной картине выстраиваемой повседневной рациональности [5, с. 1].

Целеполагание для человека не является врожденным качеством или рефлексом наподобие сосательного. Цели, которые человек ставит перед собой, обусловлены особенностями социальной среды, в которой проходят процессы становления личности. «Своя» цель – это всегда выбор из веера возможных вариантов, допустимых в данном обществе, и выбор этот во многом зависит от развитости каналов трансляции этих вариантов. Электронные возможности самореализации в измерении ценностных трансформаций вызывают стремление соответствовать современным трендам, которые зачастую вступают в противоречие с существующими культурными тенденциями [7, с. 120]. Цифровая эпоха – вне зависимости от того, является она объективно существующей, мифом или идеологической конструкцией – оказывает значительное (прямое или косвенное) влияние на различные социальные группы, на общество в целом, на его будущее. В «цифровом океане» ключевым аспектом целеполагания выступает и будет выступать необходимость развития критического мышления. И это, безусловно, поле деятельности философии.

Список литературы

1. Василенко Л.А., Мещерякова Н. Н. Социология цифрового общества: монография. Томск: Издательство ТПУ, 2021. 226 с.
2. Велиев Д.Д. Цифровое сознание и идентичность // Гуманитарное пространство. 2024. Т. 13, №7. С. 581–596.
3. Гавеля В.Л. Целеполагание в структуре социальной деятельности человека: дисс. ... д-ра филос. н. М., 1998. 320 с.
4. Дурнев А.Д. Событие в цифровую эпоху: статус действующего лица // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2024. Вып. 3. С. 328–339.
5. Лукьянова Н.А., Шавлохова А.А. Цифровое тело как образ будущего: анализ визуальных процессов конструирования // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2020. № 6 (31). С. 1–6.
6. Прокудин Д.Е. От «информатизации» к «цифровизации» // Философская аналитика цифровой эпохи. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2020. С. 37–52.
7. Равочкин Н.Н. Трансформация ценностей в эпоху цифровизации // Вестник Калмыцкого университета. 2023. № 1(57). С. 116–124.
8. Райков Н.А. Цифровая экономика и искусственный интеллект: состояние и вызовы. Тридцать первые губернаторские чтения. Тюмень, 5 декабря 2017 г. // Полития. 2018. № 1 (88). С. 172–195.
9. Согомонов А.Ю. Цифровая этика для цифрового образования в цифровом мире // Ведомости прикладной этики. 2021. Вып. 58. С. 17–30.

10. Соколов Е.Г. Информационная/цифровая эпоха. Предварительная разметка. К постановке проблемы // Философская аналитика цифровой эпохи: сб. науч. статей. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2020. С. 201–220.
11. Тузовский И.Д. Культура цифровой эпохи: утопический и гуманистический потенциал «информационного общества». Автореф. дисс. ... д-ра культурологии. Челябинск, 2021. 44 с.
12. Чонг Б.Ч. Возникновение аватаров на основе искусственного интеллекта: юридическая субъектность, права и обязанности в развивающейся метавселенной // Journal of Digital Technologies and Law. 2024. № 2(4). С. 857–885.
13. Ямщикова Т.Н., Скоблякова И.В., Бухтиярова Д.А. Трансформация целей и приоритетов участников социально-трудовых отношений в рамках теории поколений // Экономика труда. 2019. Т. 6, № 4. С. 1437–1446.
14. Яценко А.И. Целеполагание и идеалы. Киев: «Наукова думка», 1977. 275 с.

Goal setting in the digital age

V.G. Povalyaev, T.G. Stotskaya, A.A. Shestakov

Samara State Technical University, Samara

The purpose of the study are to determine the features of the social environment in which goal-setting processes are carried out in the digital age, and to substantiate the directions of discourse on the content and limits of goal-setting in modern society. The methodology of work is associated with the identification of the essence of the axiological foundations of goal-setting in the conditions of the modern stage of development of society. The paper uses a logical method and an interpretation method within the interval approach. Scientific novelty is associated with the justification of a new direction for the study of goal-setting as a social phenomenon, the foundations of which are associated with the processes of digitalization taking place in modern society. The article examines the problem of the impact of digitalization on goal-setting procedures, raises the question of the boundaries and limits of the penetration of digital culture into individual and mass consciousness. The authors proceed from the premise that the formation of goals in society is mediated by the characteristics of the social environment, and, therefore, a large-scale transformation of the forms of information presentation cannot but affect the processes of formation and advancement of goals by an individual or aggregate public entity. Based on the belief in the limited formation of digital society, the author raises the question of the need for a socio-philosophical analysis of goal-setting processes in the environment of the first "digital" generation – generation Z.

Keywords: *goal setting, digital age, digitalization, generation Z, information society, time management.*

Об авторах:

ПОВАЛЯЕВ Виталий Геннадьевич – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социально-гуманитарных наук, ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара. E-mail: jin-

vincent@mail.ru

СТОЦКАЯ Татьяна Геннадьевна – доктор философских наук, профессор кафедры философии и социально-гуманитарных наук, ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара. E-mail: stotskaya@yandex.ru

ШЕСТАКОВ Александр Алексеевич – доктор философских наук, заведующий кафедрой философии и социально-гуманитарных наук, ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», г. Самара. E-mail: shestakovalex@yandex.ru

Authors information:

POVALYAEV Vitaly Gennadievich – PhD, Associate Professor of the Department of Philosophy and Social Sciences, Samara State Technical University, Samara. E-mail: jin-vincent@mail.ru

SHESTAKOV Alexander Alekseevich – PhD (Philosophy), Head of the Department of Philosophy and Social and Humanitarian Sciences, Samara State Technical University, Samara. E-mail: shestakovalex@yandex.ru

STOTSKAYA Tatyana Gennadievna – PhD (Philosophy), Professor of the Department of Philosophy and Social and Humanitarian Sciences, Samara State Technical University, Samara. E-mail: stotskaya@yandex.ru

Дата поступления рукописи в редакцию: 11.01.2025.
Дата принятия рукописи в печать: 22.02.2025.