

© А. А. Бодров^{1,2}, 2022

¹ Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Университет «МИР»);

² Самарский государственный технический
университет (СамГТУ), Россия

E-mail ^{1,2}: bodrov@imi-samara.ru

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОГО ПОНИМАНИЯ КАТЕГОРИИ «КАЧЕСТВО» В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье приводятся результаты философского осмысления онтологической сущности категории «качество» в условиях становления и функционирования цифровой экономики, а также резкого увеличения объемов информации, подлежащей анализу в условиях современного общества. Определяются проблемы установления качества объектов оценивания, связанные с многократным увеличением объема информации, в числе которых называются трудности с определением объема информации, достаточной для принятия решений и правильной интерпретации собранных данных.

Ключевые слова: качество, цифровая экономика, цифровая трансформация, технологии «Больших данных».

Тенденции развития современного общества и прежде всего его социально-экономической компоненты, основанной на внедрении цифровых принципов организации производства первой четверти XXI века, в сочетании с необходимостью увеличения объемов производства товаров и услуг актуализируют необходимость осмысления проблемы качества как в социально-философской, так и в экономико-практической плоскостях. При этом методы обеспечения качества давно известны. И идеи, высказанные Эдвардом Демингом, широко распространились благодаря его вкладу в разработку системы управления качеством, базирующейся на принципах статистического контроля [1].

Цель исследования заключается в социально-философской экспликации категории «качество» с последующим анализом онтологических особенностей данного понятия в условиях цифровой экономики.

Объектом исследования является цифровая экономика как один из наиболее значимых компонентов социального пространства, интерпретируемый посредством многообразных гносеологических категорий.

Предмет исследования — категория «качество» в ее социально-философской интерпретации.

Методами данного исследования являются диалектический метод познания в сочетании с ретроспективным анализом предмета исследования и с использованием междисциплинарного подхода, конкретизирующегося в синергетическом методе.

Со времен античных мыслителей «качество» является в определенной степени производным от более глобального в содержательном плане понятия — «совершенство», воспринимаемого одновременно как:

- в принципе недостижимый идеал;
- ориентир человеческой жизнедеятельности (в абстрактно-религиозном и прикладном аспекте);
- элемент оценочной системы, имеющий универсальный, точнее, междисциплинарный характер.

Интерпретируя понятие «качество» в его последнем из указанных выше значений, считаем необходимым эксплицировать одну из значимых проблем, точнее, своеобразную экономическую дилемму, входящую в проблемное поле системы менеджмента качества: с одной стороны, ориентируя производителя на «качество» как свойство производимой продукции, гарантирующее сохранение, а в идеале — увеличение объема сбыта, с другой — производя надежную, качественную продукцию, производитель тем самым может оставить себя без рынка сбыта, насытив его на долгосрочную перспективу.

В итоге производитель должен соблюдать баланс, предусматривающий производство продукции, качественные характеристики которой гарантируют ее успешный сбыт, стимулируют достаточно высокий спрос, обусловленный появлением более качественных, усовершенствованных товаров нового поколения, поддерживая тем самым функционирование общества «бездумного потребления». При этом продукция должна «своевременно» выходить из строя, перманентно генерируя потребительский спрос.

В то же время сознание потребителя не должно усматривать подвоха, и резкое снижение качества потребляемой продукции должно представляться вполне обоснованным, ожидаемым, не позволяющим усомниться ни в самом производителе (как в бренде), ни в его способности предлагать впоследствии качественный товар.

Это обуславливает виртуализацию представления о качестве, переводя его в сферу рекламных интеракций, позволяющих успешно манипулировать сознанием потребителей и не требующих повышения реального качества продукции, недостатки которой заполняются языковыми конструкциями, используемыми в рекламных блоках. Как следствие, реклама обретает возможность в полной мере стать «двигателем торговли», в то время как общество, как результат, получает лишь частичную связь с реальностью, допускающую не только тесное переплетение, но и подмену экономических акций виртуальными интеракциями, формирующими и впоследствии поддерживающими представление о качественном товаре, степень качества которого будет во многом зависеть от его рекламной, информационной растиражированности и укорененности в сознании субъекта [2].

Как следствие, актуализируется необходимость постоянной и теснейшей корреляции представлений о степени качества с предметной и процессуальной действительностью, что позволит избавиться от иллюзорных представлений о действительности и перевести процедуру верификации на новый, «цифровой» уровень, в том числе в сфере контроля качества интересующих объектов и социально-экономических процессов в целом. Как частный случай здесь следует упомянуть внедрение «цифровых паспортов продукции» и подобных технологий, которые, будучи сами проявлением виртуальной среды, способны принципиальным образом улучшить ситуацию, представляя собой практическое воплощение гносеологического принципа «познание подобного подобным». Это будет означать обретение системой качества не только многоплановой и всесторонней шкалы оценок, но также возможности их верификации независимо от локализации и стадии социально-экономических процессов, максимально соответствуя запросам цифровой экономики, осуществляя и демонстрируя в цифровом пространстве процесс цифровой сертификации, охватывающий все многообразие интересующих нас процессов. В онтологической плоскости произойдет фактическое формирование цифровой реальности второго уровня, сущность которой будет составлять цифровая интерпретация оцифрованных проявлений окружающей нас предметной действительности.

Контекст приведенных выше теоретических рассуждений позволяет нам использовать принципиально значимое понятие — «цифровая экономика», содержание которого «очерчивает» смысловое поле применения термина «качество». А именно, по нашему мнению, цифровая экономика может характеризоваться как непосредственное проявление нового экономического уклада, базирую-

щегося на цифровых построениях, возникающих на значительным образом ускорившихся социально-экономических процессах, проявляя себя как результат деятельности оцифрованных и интерпретируемых с позиций цифровой реальности субъектов экономического взаимодействия, переводящих технологический уклад и суть экономического взаимодействия на новый уровень, распространяя значимость понятия «качество» на цифровую плоскость гносеологических и онтологических интересов.

Процесс модернизации производства, обновления технологических норм и совершенствования качества продукции приобретает в условиях цифровой экономики перманентный и полиморфный характер. Жизненный цикл производства, как следствие, может быть организован в бесконечном многообразии структур и форм, он выступает как постоянно совершенствующаяся экономическая единица, комплекс цифровых показателей, сводящийся к выпускаемой производством и эксплуатируемой потребителем продукции.

В такой системе удовлетворенность качеством представляет собой степень совпадения оцифрованных характеристик предлагаемых экономикой товаров и услуг с интерпретируемыми в цифровых показателях ожиданиями потребителей. Исходя из этого можно утверждать, что именно качество является необходимым условием наиболее значимых в начале XXI века цифровых трансформаций и, как следствие, способно обеспечить наиболее оптимальный режим функционирования цифровой экономики, определяющей вектор базисных преобразований современного общества.

В данных условиях философский подход к пониманию качества возможно позиционировать как фундаментальный инструмент активно разрабатываемой в начале XXI века теории организационного менеджмента, учитывающей все тонкости трансформаций современной цифровой экономики. Это, безусловно, актуализирует принципы синергетического подхода, повышающего значимость интерпретации любой организации как совокупности технологических и организационных процессов, структурно и содержательно взаимосвязанных между собой, учитывающих возникновение даже диссипативных структур.

При таком подходе степень качества определяется как на микроуровне (корпоративные стандарты, внутренние кодексы и т.д.), так и на макроуровне (ГОСТы производства продукции и оказания услуг и т.д.). Не остается без внимания и внешний выход организационной системы, что означает установление обратной связи с потребителями товаров и услуг с целью корректировки и последую-

щей стандартизации деятельности производящих структур, начиная от качества работы персонала до качества продукции, от информирования потребителей до обязательств по постгарантийному обслуживанию.

В этих условиях вполне возможным оказывается общетеоретический поиск подходов, принципиально способных оказать влияние на повышение уровня качества. Прежде всего это системный и элементаристский подходы. Применение первого для определения уровня качества означает акцент на внутри и межсистемных связях, способных в своем оптимальном воплощении даже компенсировать недостаточно удовлетворительное качество субъектов экономических взаимодействий. Второй абсолютизирует качество структурных элементов экономики, обеспечивающих достижение востребованного обществом качества продукции за счет собственного совершенства, компенсирующего недостатки межсубъектных связей экономической сферы.

Приведенная классификация оптимальна лишь в диалектическом единении своих противоположностей, означающем достижение искомого качественного уровня экономических процессов во всем многообразии форм и этапов их проявлений при условии совпадения идеальности экономических связей и индивидуальных характеристик каждого из экономических субъектов, в них участвующих. Указанную ситуацию возможно рассматривать прежде всего как идеал, определяющий вектор, направленность развития цифровой экономики, стремящейся оптимизировать базовые процессы общества. Причем вектор сугубо прагматический, направленный на увеличение прибыли, помогающей вырабатываемой продукции стать качественно определенным воплощением сырьевых, трудовых и тому подобных ресурсов, воплощением востребованным, тиражируемым, являющим собой качественное следствие количественных предпосылок.

Особую и наиболее перспективную сферу рассуждения о философском содержании понятия качества позволяет выявить сопряжение представлений о качестве с представлениями о технологии «Больших данных». Подобный подход означает не только абсолютизацию объема информации, гарантирующей качество протекания экономических процессов, но также ее скорости поступления, обработки, масштаба, разнообразия, гибкости (многоплановости) и индексированности [3].

Как следствие, можно говорить о необходимости обеспечения сбора, хранения, последующей трансляции и практического приме-

нения информационных ресурсов. Именно данные процессы в своей совокупной завершенности позволят: в онтологической плоскости — определить понимание качества как сложного компонента, обеспечивающего направленность социально-экономического развития; в плоскости гносеологии — использовать понятие качества в роли инструмента осмысления и критерия оценки социально значимых экономических процессов во всем их онтологическом многообразии.

Сложность реализации подобных процессов вполне очевидна, она является прежде всего следствием несистематизированного, эклектичного характера информационных потоков, порождаемых масштабным применением информационных технологий. Действительно, информация о протекании социально-экономических процессов, ежесекундно генерируемая человеческим сообществом, настолько многопланова и бессистемна, базируется и поступает с настолько разнообразных информационно-технологических платформ, будучи следствием оцифровки реальных процессов, эмоций, оценок и тому подобных проявлений человеческой активности, что процессы ее классификации, упорядоченного хранения и превращения в конечном итоге в эмпирически обусловленную теоретическую основу для принятия управленческих решений, обеспечивающих качество социально-экономических процессов, представляется довольно затруднительным без применения технологий «Больших данных», способных преобразовать действительность в количественные данные, доступные для анализа, и сформировать из них базовый блок, позволяющий сделать заключение о качестве объекта оценивания.

Поступление огромного объема информации позволяет обеспечить непрерывную связь с потребителем, что крайне важно для обеспечения качества товаров и услуг, а также осуществить верификацию управленческих решений, прежде всего в социально-экономической сфере. Причем поступление информации приобретает перманентно процессуальный характер, позволяющий обеспечить гибкость технологий и производственных систем.

Перманентно поступающая информация становится индикатором общественных настроений, позволяющим мониторить, объяснять и предсказывать поведение потребителей, в значительной степени увеличив качество и долгосрочность прогнозов.

По сути, получается, что в современном обществе и в природной действительности отсутствуют процессы и явления, которые было бы нельзя перевести в «цифру» посредством шкал, математических характеристик, статистических показателей и т.д. Это способствует формированию единого цифрового пространства, в ко-

тором и сам человек превращается в совокупность цифр, становясь, таким образом, проявлением оцифрованной виртуальной реальности. Иррациональное творчество человека благодаря «Большим данным» становится просчитываемым, рациональным и, как следствие, вполне предсказуемым. Подобная ситуация обоснованно актуализирует закон диалектики, настраивающий нас на ожидаемый переход от количества оцифрованных, разноплановых данных к качеству принимаемых управленческих решений.

Здесь, однако, важно отметить, что многократное увеличение объемов информации, доступной для анализа, в том числе анализа уровня и степени качества, благодаря практическому применению «Больших данных» как элемента цифровой экономики заставляет обратиться к проблеме достаточности объема информации для принятия конкретных решений. Действительно, философский анализ убеждает нас в том, что избыток информации может исказить наши представления о реальном уровне качества, лишая наш анализ эссенциалистской направленности и обращаясь к второстепенным характеристикам объекта оценивания. В конечном итоге, делая вывод о качестве объекта оценивания, наш разум впадает в противоречия, акцентируя внимание на вторичных характеристиках как наиболее значимых показателях, формирующих «качественный» образ в цифровом пространстве.

Еще одним слабым звеном здесь остается правильная интерпретация собранных данных, которую, казалось бы, можно переложить на компьютерные технологии, способные, в отличие от человека, охватить столь огромный массив информации, связанный с определением качества. По нашему мнению, это может создать лишь видимость объективного решения, поскольку программные продукты, оперирующие «Большими данными», разрабатываются человеком, что не позволяет обеспечить полную бессубъектность цифровым процессам, опосредованным программами обработки информации и цифровыми гаджетами.

Науки, вынужденные базироваться на цифровой информации, вслед за предметной реальностью сливаются в единую систему, позволяющую говорить о становлении междисциплинарного подхода, обусловленного не гуманитарной, естественной или технической природой изучаемой реальности, а, по сути, ее цифровой копией, экзистенциально однородной. Как следствие – ощущение интеллектуальной слабости, способной в перспективе напрочь лишит человека монополии на мыслительные процессы и создание научных теорий.

Глобальным следствием является диджитализация субъекта и объекта социально-экономических, гносеологических и т.п. представлений и процессов, объединяемых глобальным представлением о востребованности понятия качества. Его содержание в условиях оцифрованного общества, абсолютизирующего цифровые характеристики, универсализируется. «Качество», интерпретируемое с цифровых позиций, обусловленных реалиями цифровой экономики, выступает консолидирующей базой, приоритетным регулятором оцифрованных, социально значимых процессов, отображая при этом многообразие потребительских запросов и, как следствие, определяя вектор приложения усилий цифровых экономических субъектов.

Из всего вышеизложенного можно сделать следующий вывод: реалии цифровой экономики существенным образом трансформируют социальную действительность, затрагивая все гносеологические механизмы ее интерпретации, основанной на универсальных понятиях, к числу которых относится категория «качество». Переход экономики на цифровой уровень наполняет представление о качестве иным содержанием, обусловленным увеличением объемов информационных потоков, виртуализацией и последующей оцифровкой характеристик объектов оценивания, что означает превращение категории «качество» в интерактивный инструмент манипулирования сознанием оценивающего субъекта.

Литература

1. Деминг Э. Выход из кризиса: новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 370 с.
2. Бодров А. А. Онтологические проявления виртуализации социального: монография. Самара: ЧОУ ВО «МИР», 2017. 183 с.
3. Бодров А. А., Рамзаев В. М., Хаймович И. Н., Чумак В. Г. Big Data: интеллектуальный анализ больших данных в социально-экономических системах: монография. Самара: СамНЦ РАН, 2020. 128 с.

*Статья поступила в редакцию 31.10.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. экон. наук М. М. Высильевым*