

ПРОБЛЕМА ВИДИМОСТИ СУБЪЕКТА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

И. Ю. Тихонова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 15 января 2025 г.

Аннотация: оглядываясь сегодня на наше существование, нельзя не заметить, что оно всё больше становится существованием-для-другого, прозрачным до такой степени, что ничто не может быть скрыто от взгляда потенциального наблюдателя. Такая ситуация становится возможной в силу распространения технических средств, позволяющих отслеживать движения социальных субъектов, а также в связи с разрушением публичного пространства, которое прежде выполняло роль барьера, препятствующего проникновению других в частную жизнь индивида. Видимое пространство сегодня претендует на статус публичного, но релевантна ли такая подмена? На этот вопрос автор отвечает в данной статье, анализируя специфику видимого пространства, роль, которую играет видимость индивида в информационном пространстве, возможности и ограничения субъекта в аспекте видимости.

Ключевые слова: кризис публичного, приватное, видимость, прозрачное общество, виртуальная реальность.

Abstract: looking back on our existence today, one cannot help but notice that it is increasingly becoming an existence-for-another; transparent to such an extent that nothing can be hidden from the view of a potential observer. This situation is becoming possible due to the spread of technical means that allow tracking the movements of social subjects, as well as due to the destruction of public space, which previously played the role of a barrier preventing others from penetrating the private life of an individual. Visible space today claims the status of public, but is such a substitution relevant? The author answers this question in this article, analyzing the specifics of visible space, the role played by the visibility of an individual in the information space, the possibilities and limitations of the subject in terms of visibility.

Key words: crisis of the public, private, visibility, transparent society, virtual reality.

В социальной философии с конца XX в. в исследованиях Ю. Хабермаса, Х. Арендт и Р. Сеннета была актуализирована проблема трансформации публичной сферы. Исчезновение общезначимого пространства и утрата индивидом предписанного места в социуме стали причинами того, что человек замкнулся в собственном бытии, не имея возможности выйти за пределы своего круга представлений и соотнести себя со значимым другим. Кроме того, прежде человек мог решить свои личные проблемы в приватном, чтобы затем в публичном пространстве достичь признания со стороны других. Частная жизнь не выносилась на публику, эти сферы были четко разделены, хотя и зависели друг от друга. Как писал Р. Сеннет: «Самость каждого в определенной степени является комнатой ужасов, цивилизованные отношения между ними могут существовать лишь при том условии, что отвратительные маленькие тайны желания, жадности или зависти держатся взаперти» [1, с. 11]. Каждое общество традиционно решало проблему дифферен-

цирования публичного и приватного, ограничивая реализацию личных потребностей кругом семьи, частной собственности или сферой потребления. Сегодня, утратив возможность устанавливать близкие отношения в приватном, человек выводит нерешенные интимные вопросы в информационное пространство. Оно наполняется личными нарративами, переживаниями, фото- и видеообзорами повседневной жизни. Важной характеристикой этого пространства является его видимость, границы которой расширяются и постепенно включают в себя все данные, касающиеся не только общественной, но и частной жизни человека.

О кризисе публичной и приватной сфер мы можем говорить именно в той связи, что место разрушенной общепризнанной системы смыслов и значений теперь занимает пространство видимости, где каждый созерцает каждого, но нет возможности понимания и оценивания друг друга в единой системе координат. Х. Арендт увидела эту проблему еще

в XX веке: «Что делает взаимоотношения в массовом обществе такими труднопереносимыми для всех участников, заключается по существу, прежде всего, не в самой по себе массовости; дело скорее в том, что мир тут утратил свою силу собирания, т. е. разделения и связывания» [2, с. 69].

Сегодня публичная сфера не расценивается личностью в качестве доминирующей в его жизни, скорее наоборот, социальные институты и смыслы социальной деятельности имеют значение только в том случае, если позволяют человеку удостовериться в своей значимости и индивидуальности. Человек укоренен в своей частной сфере, сфокусировав внимание на своих правах и приоритетах. Современный нарциссизм и индивидуализм порождены девальвацией смысла социального, нивелированием своей принадлежности к социальным институтам и переориентацией личности на свое собственное бытие.

Кризис публичного не замыкает человека в сфере приватного, будучи социальным существом, он вынужден искать подтверждения своей личности в лице другого. Место значимого другого в информационном пространстве занимает анонимная публика, в отношении которой субъект демонстрирует пространство приватного и делает его доступным. Именно поэтому мы вправе говорить не о превращении приватного существования в публичное, а о размывании границ между публичным и приватным в результате утраты ими своих функций.

Х. Арендт раскрывает понятие публичной сферы через соотнесение ее с «общим миром», релевантным для определенного социального пространства. Кризис публичного, по ее мнению, связан с исчезновением реальности, наделенной общим смыслом и позволяющей надеяться на понимание и признание со стороны сообщества. Х. Арендт называет эту ситуацию «радикальнейшей субъективностью, в которой Я неузнаваем» [2, с. 67], поскольку не происходит формирования общезначимого пространства, погружаясь в которое человек мог бы найти основания для своего личного бытия и идентификации. Действительно, установка на толерантность в постмодернистской культуре и индивидуализация повседневного опыта дают возможность для свободного самоопределения и самовыражения.

Информатизация и индивидуализация разрушают то смысловое пространство, в котором традиционно развивались семейные отношения. В современном обществе человек становится самодостаточным. Вместо того чтобы разрешить свои индивидуальные проблемы в приватной сфере – в семье или дружеском коллективе, – а затем выйти в публичное пространство, позволяющее достичь социального признания, человек попадает в разобщенное про-

странство с ослабленными социальными связями. Да, такой человек свободен в своем развитии, целеполагании и удовлетворении потребностей, но независимость оборачивается одиночеством и отсутствием необходимой смысловой связи с другими людьми. Деприватизация семьи [3, с. 225] и приватизация надежды [4] приводят к тому, что в ситуации кризиса социальности человек переориентирует свои притязания с внешнего на внутренний мир. А утрата влияния семьи на повседневность индивида и автономное переживание им своего Я приводят к невозможности сделать частную жизнь объектом рассмотрения в приватной сфере.

В данной ситуации единственное, что остается, – это выразить свои личные переживания в информационном пространстве, переведя интимные феномены в статус публичных. Р. Барт в свое время писал о «публичности приватного» [5, с. 32], когда частное не ограничивается более, а выражается в общем пространстве. Это не публичная сфера в прежнем понимании данного слова, поскольку она может быть нерелевантной для находящихся в ней индивидов. Но за неимением пространства, в котором могут быть пережиты интимные стороны жизни, субъекты делают их видимыми, стремясь, таким образом, обрести социальное признание.

Делая общедоступными свои частные проблемы, человек стремится достичь признания и понимания в обществе. Но это ведет к изменению приватной сферы. Интимное пространство нуждается в доверии и понимании, а другие, не связанные со мной никакими глубинными узами, не в состоянии эти потребности удовлетворить. Другой стремится узнать в моем опыте себя, чтобы легитимировать свое существование. Мы нужны друг другу только для того, чтобы механически связать себя в одно целое и преодолеть страх изоляции, «превращая клаустрофобию в этический принцип» [1, с. 136].

Изменения в публичной и приватной сферах происходят параллельно с превращением информационного пространства в новую жизненную среду человека. А потому публичную сферу заменяет видимое пространство, которое, на первый взгляд, становится адекватным аналогом прежней сферы, где человека с Другими объединяли релевантные смыслы.

Расширение видимого пространства позволяет по-новому отнестись к феномену публичности, охарактеризовав его как взаимность воздействия индивидов внутри информационного пространства, и их доступность друг для друга. Видимость индивида можно проанализировать через следующие специфические особенности этого феномена: искренность, подлинность, непосредственность, нормативность и прозрачность.

Понимание видимости как прозрачности бытия человека актуально в связи с увеличивающейся проницаемостью границ его личного пространства. Информационный след, который человек оставляет в информационном пространстве, является следствием той тотальной подконтрольности, под власть которой индивид попадает в инфосреде. Видеть можно объект, который находится в поле зрения, в непосредственном контакте с наблюдателем.

Развитие технологий, призванных защищать людей друг от друга, обуславливает необходимость постоянного наблюдения за человеком, в результате чего жизненное пространство индивида попадает в пространство взгляда Другого. Камеры на улицах и в помещениях, рабочие и досуговые места открытого типа, включая коворкинги, функция геолокации в сотовом телефоне, IP-адрес, история запросов в сети Интернет и анализ пользовательского поведения – вот лишь малая доля тех новшеств, благодаря которым существование человека в современном обществе становится прозрачным для потенциальных наблюдателей. С. Маккуайр в своем исследовании «Медийный город» акцентирует внимание на «прорыве рубежей частного жилища» [6, с. 17], в результате чего повседневная жизнь индивида подвергается новым формам контроля и стратификации. Сбор данных, который проводится повсеместно при любом включении субъекта в пространство коммуникации, способствует выделению новых оснований для стратификации (досуг, образование, саморазвитие, интересы, потребление и пр.).

В информационном пространстве постоянно осуществляется анализ интересов взаимодействующих субъектов на основе использования данных о предпочтениях, действиях, контактах и их длительности, впечатлениях, запросах и пр. Все эти данные становятся не только основанием для управления человеческим вниманием через его персонификацию, но и основанием для дифференциации индивидов по статусным группам.

Анализируя видимость в контексте прозрачности, вспомним С. Матеуса, который говорил о том, что «прозрачность современных медиа создает особую слепоту, обилие изображений создает новую реальность» [7, с. 110]. Создавая новый видимый мир, медиа симулируют реальность. Таким образом, знание о возможном наблюдении изменяет как саму реальность и поведение в ней индивида, так и восприятие этой реальности. Создание дипфейков на основе видимых данных в интернет-пространстве дает основания для распространения феномена «дивиденды лжеца», демонстрирующего все усиливающуюся тенденцию принятия правдоподобной информации за фиктивную. Этот феномен популяризируется в связи с тем, что в результате наводне-

ния информационного пространства поддельными данными пользователь перестает различать подлинное и фиктивное, с подозрением относясь к любому рода информации, особенно касающейся частных данных. Последнее связано с тем, что, основываясь на доступной личной информации, технологии позволяют симулировать не только текстовые, но и звуковые и визуальные данные индивидов, к которым человек заведомо относится с большим доверием. Постоянные манипуляции такого рода приучают индивидов к критическому восприятию информации, содержащей личные данные, что ведет к навешиванию ярлыков о фальсификации на всю поступающую информацию.

Помещая события в определенные границы видимости, медиа транслируют не объективный, а видимый ими мир, конструируют его, высвечивая строго необходимые стороны объектов. Информация становится видимой для определенного круга людей, а ее доступность варьируется в зависимости от того, кто и в какой степени попадает под наблюдение. Медиа становятся инструментом легитимации действий социальных субъектов и способом их идентификации, маркируя определенные, важные в настоящий момент аспекты восприятия. В такой ситуации быть видимым означает являться приемлемым для данного сообщества. В связи с этим в видимом пространстве изменяется процесс идентификации – каким должен быть образ Я и его презентация в инфосфере, чтобы получить признание других. Быть видимым для другого – означает иметь нормативные основания для своего присутствия в его мире.

Видимость предполагает новую форму публичности, где в режиме постоянной коммуникации встречаются значимые друг для друга индивиды. Заметность для другого, признание другим, самоопределение оформляются через подражание другому. Копирование поведения, реакций, моделей интерпретаций событий позволяет уподобиться субъекту. При этом мимезис здесь чисто внешний, поскольку в инфосреде, ориентированной на визуальное восприятие, чаще всего не ставится вопрос о смысле действий, а лишь воспроизводится внешняя их форма.

Видимость позволяет формировать позиции субъекта через те отношения и ситуации, в которых он предстает в инфосреде. Субъект производится теми повседневными практиками, которые становятся доступными и привлекают к себе интерес, а также степенью конфиденциальности информации о нем. Создавая свой личный контент, субъект формирует то Я, в отношении которого информационное пространство будет предлагать соответствующую персонифицированную рекламу. В си-

туации огромного количества информации, транслируемой в инфосфере, субъект испытывает кризис внимания, адаптируясь к внешнему миру цифровых данных, он вынужден полагаться на тех, кто его видит и оценивает. Таким образом, другой становится редактором нашего информационного спроса. Интервью, новости, экспертные отчеты, комментарии и т. п. – всё это создает управляемую реальность, выстраиваемую в соответствии с видимым образом субъекта.

Видимые события, создаваемые медиа, демонстрируют то, каким должен быть образ воспринимаемого нами мира, поведение субъекта и его Я, чтобы быть приемлемыми. М. Фуко ориентировался на нивелирование частной сферы в ситуации постоянной доступности, для того чтобы сделать субъектов подконтрольными и дисциплинированными. В современном информационном пространстве видимость также становится инструментом дисциплинирования, правда, гораздо более тонким и персонифицированным. Ориентируясь на видимые предпочтения аудитории, медиа создают платформы для формирования общественного мнения и воздействия на мировоззрение людей. Аффiliation через различные маркеры позволяет автоматически объединиться с другими на основе предпочтений. Социальная активность как в сети Интернет, так и в реальности становится подконтрольной и оцениваемой для более эффективного воздействия на человека.

Презентация личных историй в инфосфере предполагает, во-первых, формирование новых ценностных координат на основании того, что каждый новый жизненный опыт, попадая в общее пространство, приобретает статус события и объективируется. Это ведет к упрочиванию индивидуальных способов существования, нашедших подтверждение своей значимости в социальной виртуальности, в качестве имеющих право на существование и служащих новым эталоном приемлемости.

Наличие разных режимов видимости позволяет нам говорить о том, что общество не просто представляет из себя паноптикон – пространство, где всё видно, – а формирует разную степень видимости объектов в зависимости от их знаковых характеристик. Тот или иной объект видим, когда он реконструирован в соответствии с нормами данного общества. Таким образом, мы можем отождествить видимость и доступность в информационном пространстве. Последнее позволяет сделать доступное видимым через хэштеги, комментарии и т. п., т. е. при условии значимости для другого образа, сконструированного субъектом. Через установленные критерии и режимы видимости конструируются как субъекты, так и общество, определяя, что может быть видимым и

доступным, а что не вписывается в имеющиеся нормы и должно быть скрыто. Регулирование режимов видимости участников, по сути, предполагает создание контента в соответствии с установками определенного сообщества.

Образы заменяют реальность, особенно в ситуации медийного воспроизводства реальности посредством текстового, звукового и визуального конструирования объектов. Общество спектакля, о котором во второй половине XX в. писал Ги Дебор, весьма скромно вторгалось в жизненное пространство человека. Сегодня мы наблюдаем такую симуляцию реальности, в которой видимыми являются сконструированные в инфосреде образы реальности и человеческого Я.

М. Фуко пишет: «Основная цель паноптикона – привести заключенного в состояние сознаваемой и постоянной видимости, которая обеспечивает автоматическое функционирование власти» [8, с. 294]. А потому идея, что паноптикон может использоваться для исправления человека, укрепления его морали, справедлива, но на первый план выходит и еще один важный эффект видимости. Такой корректировке подвергается и личное пространство человека, поскольку в пространство видимости попадают мельчайшие детали его повседневного опыта.

На арене видимого пространства оказываются индивиды со своими частными проблемами, задающие границы возможного существования и модели субъектности. Выходя с ними в сферу общественного бытия, они претендуют на признание со стороны других, демонстрируя свой опыт. Всё, что становится видимым в информационном пространстве, воспринимается в качестве события ввиду своей зримости и очевидности, а потому нормализуется в качестве одной из возможностей человеческого поведения. Всё, что видимо, претендует на признание в глобальной сети и может управлять вниманием тех, кто наблюдает.

«Газеты и журналы, радио и телевидение помогают склеить вместе осколки раздробленного общества» [9, с. 31]. Они дают нам общие знания о тех или иных личностях и событиях. Эти личности, знаменитости, становятся как бы нашим ближайшим окружением. Мы знаем о них, казалось бы, всё, до мельчайших подробностей. И это знание сближает нас с другими, создавая нечто общее. Это и есть тот новый общий мир, который прежде был представлен публичным пространством. Однако нормативность теперь задается перформативно, теми практиками, которые у индивида оказываются подобными практикам других. То есть видимое пространство не столько является релевантным с точки зрения придаваемых ему значений, сколько наполненным схожими моделями самопрезентации и совместной деятельностью.

В связи с этим уместно вспомнить замечание А. Хоннета о том, что «смотрение сквозь» [10, с. 197] означает невидимость другого ввиду его отклонения от нормы. В реальном социальном пространстве субъект невидим, если его поведение неприемлемо в доминирующей группе. В информационном пространстве невидимость обусловлена разностью опыта. А узнавание, наоборот, свидетельствует о признании поведения другим в качестве своего и правильного.

Видимость, как доступность восприятию в информационном пространстве, предполагает доступность субъекта вниманию других, прозрачность его бытия, наблюдаемость и признание со стороны публики в качестве значимого объекта наблюдения. Информационное пространство позволяет предположить, что такая видимость создает непосредственный контакт между участниками коммуникации, однако это не так. Субъекты воссоздаются через те отношения, в которые с ними вступают другие. Чтобы стать видимым, необходимо сконструировать себя и свой образ в том виде, который предпочтителен для другого. А потому речь не идет о непосредственности восприятия: экран становится той призмой, которая воссоздает объект в необходимой для воспринимающих форме. Публика становится задающей режим видимости, в котором сочетаются потребности и цели смотрящих.

Понимание видимости как доступности непосредственной информации об объекте в цифровой среде приводит нас к тому, что быть видимым означает избавиться от искажающих ограничений и барьеров. Это порождает иллюзию подлинности, когда кажется, что все механизмы, опосредующие наше взаимодействие с другими, нивелированы, и перед нами предстает другой в своей непосредственности. Однако постоянная доступность, которая открывается нам в онлайн-общении в безграничном информационном пространстве, порождает новые дифференциации и границы, которые скрывают то, что должно быть отменено. С. Матеус указывает в своем исследовании феномена видимости, что, «являясь социальным конструктом, видимость создает символический эффект» [7, с. 110], определяя субъектность и границы сообщества. Таким образом, видимость влияет на социальные процессы, позволяя очертить круг наблюдателей, для которых субъект значим и признаваем и информация о повседневности которого может быть на этот круг распространена.

Расширение границ видимости увеличивает пронитаемость личного пространства человека и усиливает видимость его бытия. Возникает иллюзия искренности: реальные эмоции, непосредственные реакции на действия Другого позволяют думать о том, что именно в видимом информационном пространстве субъект незавуалирован. Однако это не так.

Видимость накладывает ограничения на поведение человека, предполагая только те действия, которые выгодны с точки зрения общепризнанных моделей поведения либо являются практически пригодными. Более того, как уже было сказано, видимый субъект контролируем, а потому его Я скрыто за демонстрируемым образом.

Существование в виртуальном пространстве постепенно отделяет видимый образ от собственного Я. А потому вопрос о подлинности личности не ставится. Видимость создает образ субъекта, тот визуальный объект, который доступен созерцанию. Видимый образ всё больше отделяется от собственного Я. И здесь необходимо поставить вопрос о том, а остается ли это Я в качестве подлинного и существующего. В конце XX в. этот вопрос уже поднимался, когда говорили о соотношении реальной и сетевой идентичностях. Тогда этот вопрос рассматривался в контексте того, насколько сетевое Я является репрезентацией реального. Сегодня можно пойти еще дальше и поставить под сомнение само существование подлинного Я. Является видимый образ, доступный для коммуникации 24/7, лишь эрзацем нашего реального Я или он отменяет всякое представление о первичном субъекте? Если частное реализуется в публичном пространстве, то что остается в интимном пространстве личности? Это остается за кадром. Подлинное Я невидимо.

Прозрачность стимулирует человека к выстраиванию новых границ между собой и миром и к выработке новых способов изоляции и ограничения своего жизненного пространства.

Вспомним феномен хикикомори, свидетельствующий о все возрастающей социофобии и в целом о стремлении к жесткому ограничению своего личного пространства. Непереносимость окружающего мира становится внутренним ответом личности на нарушение ее внешних границ и нивелирование индивидуального пространства. Замыкание на себе еще более усиливается в информационном пространстве ввиду все возрастающего желания выстроить между собой и миром дистанцию. Виртуальный мир становится всё более подконтрольным и безопасным. Там мы готовы к нивелированию границ. Однако речь идет не о границах между Я и другим. Другой включается в пространство того объекта, который формируется мной в виртуальной среде. Этот объект-образ моего Я обезличен и анонимен, а потому субъект свободно распоряжается его границами. Что касается подлинного Я, то здесь идет упорная работа по поиску этих границ и их утверждению. Стоит вспомнить достаточно распространенные сегодня в информационном пространстве призывы к поиску и установлению личных границ, заботе о своем внутреннем ребенке. Это не случайно. Чем более прозрачным становится

мир человека в информационном пространстве, тем более угрожающим кажется индивиду всякая инаковость, которая может с ним соприкоснуться. Отсюда настойчивое стремление найти свое Я и защитить. Перевод приватного в видимое пространство сопровождается потерей внутреннего содержания. Поскольку только релевантное может стать признанным в общем видимом мире, то таким релевантным оказываются чувства, эмоции, переживания, презентуемые в видимом пространстве. В связи с этим субъект настойчиво ищет то потерянное внутреннее единство и свое Я, которое является уникальным. Не случайно Р. Эшельман пишет о замкнутом субъекте современного общества, который перформативен и «упорствует в собственной правде» [11, с. 9], позволяя другому подражать ему, не раскрывая своих внутренних переживаний. Такой перформативный субъект парадоксален, действуя в пространстве видимости, тем не менее он стремится сохранить в нетронутом виде свои глубинные основания, представляясь окружающим аутичным, не могущим выразить себя, чуждым и фиксированным на сохранении своей личности. Только такое существование оказывается адекватным в постоянно наблюдаемом мире.

В то же время инфопространство даже в условиях видимости является гораздо более удобным, нежели реальный мир, поскольку позволяет анонимно взаимодействовать с окружающими. В реальности человек беззащитен перед лицом этого мира, для которого он становится слишком зримым и очевидным, тогда как в виртуальности от других можно отгородиться созданным аватаром-симулятивным образом, который даже при максимально открытом режиме обеспечивает видимость только того Я, который создан с учетом собственных предпочтений личности. Так, М. Эпштейн пишет, что «XXI век психологически подготовил людей к самоизоляции еще до того, как на них набросился коронавирус» [12, с. 249]. Наше прозрачное общество создало человека, который максимально ограничивает себя от внешнего мира, провозгласив «торжество футлярности» [там же, с. 252]. В такой ситуации мы должны в большей степени говорить о том, что видимость формирует позиции субъекта и отношения, которые с ними можно установить в контексте социального пространства.

Это кажется справедливым особенно в силу того, что современный нарциссизм связан с самоуглублением. Но не оборачивается ли тяга к самопознанию фиксацией на собственной пустоте, которая требует смысла и собственной оформленности. Как мы помним, идентификация всегда предполагает первоначальное слияние с тем, кто дает исходное определение, и только потом личность может зафиксировать собственную уникальность. Однако в информационном процессе попытки установить тождество

оборачиваются лишь миметическим копированием внешних проявлений другого, а потому субъект занят постоянной самопрезентацией и демонстрацией своего повседневного существования. Нет действительного другого, наделяющего наше взаимодействие смыслом.

«Они больше не Ты, а немое Оно. Так как с миром перестают обмениваться взглядами», — отмечает Б. Ч. Хан [13, с. 95]. Другой становится анонимным и в качестве такой же анонимной личности воспринимает и меня. А потому популярным способом взаимодействия становится накопление сходных характеристик. Близость устанавливается не общим смыслом, а сходством в частных проявлениях индивидов. Как следствие, меняется характер самопрезентации. Сегодня значимый другой симулируется, поскольку за основу берется статус, внешнее сходство с субъектом, совпадение жизненных практик, т. е. чисто фактическое наполнение повседневности, которое не проблематизируется и не осмысливается.

Ориентация на быстрое схватывание событий окружающего мира без их осмысления является необходимым способом адаптации к существованию в контексте обилия информации, социальной изменчивости и неопределенности.

Сейчас мы видим повсеместное распространение лайфлоггинга — детального конспектирования собственной повседневности (автоматическую запись фактов своей жизни на цифровой носитель), актуальной информации о себе. В этой информации и погрязает человек без всякой возможности придать смысл своему существованию.

На наш взгляд, включение приватного в публичное означает усиление видимости приватного и приводит к утрате человеком собственных границ и настойчивому желанию их восстановить. Именно поэтому субъект психологизирует свой внутренний мир, настаивая на необходимости придания значимости своим переживаниям.

Опыт постоянной доступности всё больше демонстрирует нам, что виртуальная реальность становится новым социальным пространством, в котором формируются свои собственные границы, сообщества и модели поведения. Ш. Зубофф описывает в своей книге «Эпоха надзорного капитализма» международное исследование «отключения», когда испытуемых на 24 часа отключили от сети Интернет. В результате этого исследования были зафиксированы: «зависимость, неспособность отключиться, скука, растерянность, стресс и изоляция» [14, с. 578]. «Может быть, это не здорово, что я не могу существовать, не зная, что люди говорят и чувствуют, где они находятся и что происходит», — писал один из участников исследования [там же, с. 577]. Что это значит? Мы видим, что в ситуации отключения,

изъятия из видимого пространства других люди не могут выразить себя и осознать. Исчезает значимый другой, без которого действия в сети утрачивают свой смысл. Таким образом, видимое пространство позволяет нам найти подтверждение своей самости внутри виртуальной социальности. Эта социальность предпочтительна, поскольку позволяет определить желания человека, в соответствии с его потребностями сформировать контент. Возвращаясь к эксперименту, важно отметить, что проблема существования без связи с цифровым миром не только в том, что испытуемые не знали, чем себя занять, а в том, что «им было трудно выразить то, что они чувствуют или даже кем являются, если нет связи» [там же, с. 579]. А потому человек не просто соотносит себя с другим, а находит для себя соответствующего другого.

Но это не реальный опыт личности, это опыт, сконструированный и подстроенный под стандарты виртуального пространства, гарантирующий адекватное и эффективное реагирование на него в качестве субъекта.

Проанализировав ситуацию расширения видимого пространства, в котором оказывается субъект в современном обществе, необходимо отметить, что, безусловно, разные режимы видимости позволяют по-новому дифференцировать пространство виртуальной социальности, адаптировать реальные социальные отношения к новому технологически улучшенному миру. Однако чем более технологии проникают в жизнь человека, тем не менее свободным от внешней детерминации оказывается человеческое бытие, что требует пересмотра отношений с другими, а также новых способов представления себя в этом мире.

Воронежский государственный университет

*Тихонова И. Ю., кандидат философских наук,
доцент кафедры онтологии и теории познания
E-mail: tikhonovaiu@yandex.ru*

ЛИТЕРАТУРА

1. Сеннет Р. Падение публичного человека. М. : Логос, 2002. 424 с.
2. Арентс Х. Vita activa, или О деятельной жизни. СПб. : Алетейя, 2000. 437 с.
3. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы : исследования относительно категории буржуазного общества. М. : Весь Мир, 2016. 344 с.
4. Aronson R. The Privatization of Hope. URL: <https://bostonreview.net/articles/ronald-aronson-privatization-hope/>
5. Барм Р. Camera lucida. М. : Ад Маргинем Пресс, 2011. 272.
6. Маккуайр С. Медийный город : медиа, архитектура и городское пространство. М. : Strelka Press, 2014. 435 с.
7. Mateus S. Visibility as a key concept in Communication and Media Studies // Estudos em Comunicação. 2017. № 25, vol. 2. P. 109–124.
8. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М. : Ad Marginem, 1999. 480 с.
9. Кристи П. Плотность общества. СПб. : Алетейя, 2014. 152 с.
10. Хоннет А. Невидимость : об эпистемологии признания // Versus. 2021. № 1. С. 194–213.
11. Эшельман Р. Перформатизм как преодоление постмодерна // Логос. Т. 31, № 6. 2021. С. 1–34.
12. Энштейн М. От Библии до пандемии : поиск ценностей в мире катастроф. М. : Издат. технологии : Пальмира, 2023. 376 с.
13. Хан Б. Ч. Кризис повествования : как неолиберализм превратил нарративы в сторителлинг. М. : АСТ, 2023. 160 с.
14. Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2022. 784 с.

Voronezh State University

*Tikhonova I. Yu., Candidate of Philosophical
Sciences, Associate Professor of the Ontology and Theory
of Knowledge Department
E-mail: tikhonovaiu@yandex.ru*