

## ДУАЛИЗМ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

**В. О. Сташис**

*Белорусский государственный университет, г. Минск;  
stashis@bsu.by;*

*науч. рук. – О. В. Новикова, канд. филос. наук, доц.*

В статье рассматривается диалектика приватности и транспарентности данных в сети Интернет с позиций, характеризующихся утопическим и, напротив, критическим отношением к развитию информационно-коммуникационных технологий. Анализ изменений со стороны общественного восприятия технологии Глобальной сети проводится через исследование различных аспектов цифровой культуры. Автор предлагает свою версию критического анализа действий глобальных IT-корпораций в контексте роста открытых данных. Ставится вопрос о приоритетности проблемы открытых данных как проблеме диалектического противоречия между неприкосновенностью частной жизни и ее качеством.

**Ключевые слова:** Глобальная сеть; Интернет; интернет-культура; киберкультура.

Будучи прочно инкорпорированной в повседневные социальные практики, сеть Интернет все реже рассматривается в качестве альтернативной (по отношению к физической) реальности – дискурс о виртуальности оказался смещен концепциями «конвергентной культуры», «смешанной» и «дополненной» реальности информационного общества. Из этого не следует, что снятие, в связи с ее повсеместной доступностью, с Глобальной сети эзотерического флера послужило катализатором отказа от всех связанных с этой технологией утопических проектов. Интернет все реже понимается как место прямого их воплощения (в духе своеобразно-романтического конструирования нового дома для человеческого сознания – автономной «Киберии» [1, р. 349]), но продолжает рассматриваться как инструмент, который может послужить реализации не менее утопичных идей: освобождение человечества от труда, элиминация неравенства и пр. Взгляды техноутопистов встречают реакцию и критику, указывающую на новые виды социального неравенства, появившиеся вместе с распространением информационных технологий. Но суммарно, и это для нас важнее, взгляды сторонников и противников растущего влияния Глобальной сети на повседневную жизнь могут служить иллюстрацией той дихотомии, которая возникает в общественном восприятии любых существенных новшеств.

В случае анализа общественной оценки сети Интернет и ее влияния сложность заключается в том, что социальная рецепция расходится во взглядах на реальность, с которой индивид вынужден постоянно взаимодействовать. Электронная коммерция, социальные сервисы и базы данных с открытым доступом значительно меняют общественную культуру и поведение. В связи с этим, активное обсуждение вызывают во-

просы открытых и частных данных, а также различие online и offline присутствия, что и отражает актуальные проблемы (политические, этические, технические et cet.) развития информационно-коммуникационных технологий.

В дихотомии приватности-транспарентности данных отражается то противоречие, которое сопровождает все этапы формирования цифровой культуры как пространства социального взаимодействия. Но актуальную нам современность отличает то, что вопрос открытого доступа и хранения информации является не темой для отвлеченных бесед криптоанархистов на пространстве анонимных интернет-форумов, а тем препятствием, с которым сталкиваются политики и экономисты при формировании стратегических государственных задач.

Проблема шифрования напрямую связана с вопросом государственной безопасности, в то время как прямой доступ к частным данным воспринимается гражданами как посягательство на право неприкосновенности частной жизни. Несмотря на это, стратегия ведущих IT-компаний все чаще попадает под определение *surveillance capitalism* (капитализм слежения). Х. Вэриан, ведущий экономист компании Google, в своем публичном выступлении 2014 г. утверждает, что современные технологии слежения и Big Data позволяют компании предсказывать желания пользователя до того, как они будут пользователем озвучены. Как об этом пишут исследователи медиа В. Хендрикс и М. Вестергаард: «По мнению Вэриана, ликвидация приватности – это (справедливая) цена, которую нужно заплатить, но не за общественный порядок и гармонию, а за функциональность, эффективность и удобство продуктов и услуг, предоставляемых пользователям Google» [2]. В результате манипуляции человеческим выбором, создающим иллюзию автономного действия пользователей, компания стремится увеличить время, которое будет потрачено на использование продукта. Удачное описание этого процесса приводит Т. Харрис, бывший *product philosopher* компании Google. В своем влиятельном эссе 2016 г. «Как технологии овладевают умами людей» он перечисляет те методы, с помощью которых социальные медиа вызывают аддикцию, упоминая «страх упустить что-то важное» [3], более известный сегодня как «страх упущенной выгоды». Маркетинговая стратегия, призванная вселить этот страх (чтобы транслировать больше рекламы) строится на выстраивании иллюзии необходимости перманентной коммуникации между компанией и субъектом. Однако такой необходимости, как и необходимости в предугадывании желаний со стороны компании Google, просто не существует. По сути, сами эти желания моделируются и навязываются в ходе проведения рекламной компании. Здесь вспоминается тезис о «перевернутом» сознании К. Маркса, а

также концепция «одномерного человека» Г. Маркузе. Именно в работе «Одномерный человек» Г. Маркузе предупредил, что уравнивание интеллектуальной культуры и бизнеса, низведение всего до капиталистических отношений, является предвестием того, как «в сферу культуры входит новый тоталитаризм» [4, с. 324]. Такой сценарий развития Глобальной сети вряд ли предлагался в манифестах интернет-утопистов Д. Барлоу и Т. Мэя.

Киберутопизм является «наивной верой в эмансипирующую природу онлайн-коммуникаций» [5, с. 9], как это определяет политолог и исследователь Е. Морозов. Рост доступной информации и предоставление новых способов коммуникации не ведет автоматически к росту нравственности и повышению роли личного участия в общественной жизни. Более того, информация может стать объектом, используемым для манипуляции индивидуальными и общественными представлениями. Обратимся к конкретному примеру – такое поведение характерно для Facebook, что становится поводом даже сооснователю компании, К. Хьюзу, говорить о том, что в отношении корпорации должны быть приняты антимонопольные меры, ограничивающие ее влияние. Критикуя политику основателя компании, М. Цукерберга, К. Хьюз пишет: «Наиболее проблематичным аспектом власти Facebook является односторонний контроль Марка над речью. Не существует аналогов его способности контролировать, организовывать и даже цензурировать разговоры двух миллиардов людей» [6]. Как наиболее показательный пример К. Хьюз вспоминает преследования рохинджа в Мьянме 2017 г., когда М. Цукерберг единолично решил удалить личные сообщения тех, кто, по его личному мнению, «поощрял там геноцид» [6]. Подобными методами Facebook искажает информационное поле, создавая иллюзорную картину действительности. До адресата доходит полуправда, в результате чего предоставляемый компанией способ коммуникации становится открытым мифотворчеством. С помощью вносимых искажений корпорация пытается реструктурировать существующую социальную парадигму в соответствии с собственным видением и собственной выгодой.

Нельзя отрицать, что открытые данные помогают не только людям, занятым в бизнесе или науке, но и каждому в самых повседневных вещах: борьбе с автомобильными пробками, поиском работы, партнеров и пр. Интернет является незаменимой технологией, а вопросы, связанные с его развитием, имеют самое прикладное значение. Из этого следует, что проблема открытых и закрытых данных должна активно обсуждаться не только в среде интернет-исследователей, но также в сферах права, политики, научной этики, экономики и др. Как замечает российский исследователь П. Колозариди: «Даже если интернет растворится в сотнях

практик, в нашей жизни останутся последствия его существования: изменение границ частного и публичного, упрощенный доступ к высказываниям и поиску информации» [7, с. 87]. А значит, проблема, остававшаяся центральной для цифровой культуры на всех этапах ее трансформации, имеет ключевое общекультурное значение.

#### **Библиографические ссылки:**

1. *Jacobs, K.* Utopia redux // *Crypto anarchy, cyberstates, and pirate utopias.* MIT Press, 2001. P. 349–352.
2. *Hendricks, V. F, Vestergaard, M.* Epilogue: Digital Roads to Totalitarianism [Electronic resource] // *Reality Lost.* – Mode of access: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-00813-0.pdf> – Date of access: 22.03.2020.
3. *Harris, T.* How Technology Hijacks People’s Minds – from a Magician and Google’s Design Ethicist [Electronic resource] – Mode of access: <http://www.tristanharris.com/2016/05/how-technology-hijacks-peoples-minds%e2%80%8a-%e2%80%8afrom-a-magician-and-googles-design-ethicist/> – Date of access: 22.03.2019.
4. *Маркузе, Г.* Эрос и цивилизация; Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: АСТ, 2002. 526 с.
5. *Морозов, Е.* Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети. М.: АСТ:CORPUS, 2014. 528 с.
6. *Hughes, C.* It’s Time to Break Up Facebook [Electronic resource] // *The New York Times* – Mode of access: <https://www.nytimes.com/2019/05/09/opinion/sunday/chris-hughes-facebook-zuckerberg.html> – Date of access: 09.03.2020.
7. *Колозариди, П. В.* Интернет-исследования: исторический обзор и анализ производства знания. *Социология власти.* 2018. Т. 30. № 3. С. 69–92.