

ПРОБЛЕМА ВИДИМОСТИ В ЦИФРОВОМ ПУБЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

И. И. Екадумова

Белорусский государственный университет
пр-т Независимости 4, 220030, Минск, Республика Беларусь
ekadumova@gmail.com

Аннотация. Видимость социальных акторов в цифровом публичном пространстве современного города – сложное многоаспектное явление, эффекты которого предопределяются продолжающейся медиатизацией. Устраняя пространственные и временные границы видимости всего, что доступно человеческому восприятию, медиатизация оказывает значительное влияние на конфигурацию видимости в публичном пространстве. Проблема видимости социальных акторов заключается в противоречиях между возможностями и ограничениями, которые она для них создает. С одной стороны, видимость оборачивается подконтрольностью и необходимостью действовать в определенных рамках, с другой стороны, видимость – это инструмент воздействия на публику посредством управления ее вниманием. Видимость индивида в цифровом публичном пространстве современного города может быть концептуализирована с помощью идей цифрового паноптизма, суперпаноптизма, синоптизма и омниоптизма. Она зависит как от его собственных действий, так и от внешних условий, включая политику цифровых платформ, которые при помощи систем фильтрации могут отдавать предпочтение определенным типам контента или пользователям.

Ключевые слова: *видимость; медиатизация; город; публичное пространство; цифровой паноптизм; суперпаноптизм; синоптизм; омниоптизм; цифровые платформы.*

PROBLEM OF VISIBILITY IN THE DIGITAL PUBLIC SPACE OF CONTEMPORARY CITY

I. I. Ekadumova

Belarusian State University
4, Nezavisimosti Av., 220030, Minsk, the Republic of Belarus
ekadumova@gmail.com

Abstract. Visibility of social actors in the digital public space of contemporary city is a complex multi-aspect phenomenon, the effects of which are preconditioned by the ongoing mediatization. By eliminating spatial and temporal boundaries of visibility of everything that is accessible to human perception, mediatization has a significant impact on the configuration of visibility in public space. The problem of visibility of social actors is in the contradictions between the capacities and limitations it generates for them. On the one hand, visibility turns into control and the need to act within certain limits,

on the other hand, visibility is a tool to affect the public by managing their attention. Visibility of an individual in the digital public space of contemporary city can be conceptualized through the ideas of digital panopticism, superpanopticism, synopticism and omnipticism. It depends both on his/her own actions and on external conditions, including the policies of digital platforms that, by means of filtering systems, can favor certain types of content or users.

Keywords: *visibility; mediatization; city; public space; digital panopticism; superpanopticism; synopticism; omnipticism; digital platforms.*

Современные горожане как пользователи цифровых устройств имеют дело с новыми возможностями и проблемами, вытекающими из тенденций реорганизации цифрового публичного пространства социальной коммуникации. Данные тенденции обусловлены медиатизацией – продолжающимся процессом изменений во всех сферах жизни общества вследствие растущего присутствия и влияния медиа. Процесс медиатизации сопутствовал истории человечества с самого ее начала. Сегодня он вышел на такой уровень, при котором медиа не менее, чем другие социальные институты, влияют на то, как люди воспринимают и понимают мир, организуют свою деятельность и повседневные рутинные практики. Все большая часть действий людей сегодня медиатизирована, а границы между реальностью и ее репрезентацией в медиа размываются. Медиатизация расширила контакты людей с событиями и явлениями в тех местах, которые раньше находились за горизонтом возможностей восприятия, привела к дифференциации того, что люди воспринимают как реальность, а также дополнила набор возможностей их взаимодействия в виртуальном пространстве [3].

Некоторые аспекты медиатизации проявляются в современных тенденциях развития цифрового публичного пространства города. Публичная сфера традиционно понимается как сфера общественной жизни, в которой люди могут собираться, чтобы свободно обсуждать и решать, что считать общественными интересами и проблемами. Цифровое публичное пространство города – среда информационных потоков, образуемая совокупностью цифровых платформ, сервисов, ресурсов и иных явлений, которые эти потоки упорядочивают. Данное пространство может использоваться органами городского управления и самоуправления, жителями соответствующих территорий и другими заинтересованными сторонами для взаимодействия онлайн. Освоение и отчасти конструирование людьми цифрового публичного пространства города происходит путем изменения способов их взаимодействия с городской средой – через использование цифровых площадок, созданных для информирования горожан о состоянии и планах развития соответствующих территорий, через

участие в обсуждении различных проблем и планов, через использование государственных услуг, предоставляемых местными органами государственной власти и управления. Определенную роль в этом процессе играют инициативы граждан городских территорий, направленные на решение их общих проблем.

Отсутствие в цифровом пространстве ограничений для социального взаимодействия, присущих физическому пространству, открывает для пользователей новые возможности. Опыт экспериментирования с опосредованными цифровой коммуникацией способами совместного времяпрепровождения, нахождения единомышленников, артикуляции интересов и организации коллективных действий [1; 5; 9] свидетельствует о том, что для горожан цифровое публичное пространство – это среда, в которой они не только потребляют контент, но и производят его, взаимодействуют между собой и организуют совместную деятельность при помощи различных цифровых инструментов. Присутствие в цифровом публичном пространстве города может быть привлекательным для людей благодаря тому, что оно дает возможность выражать свои мнения, участвовать в обсуждении значимых для них тем, добиваться признания и уважения, открытости и прозрачности действий властей, подотчетности различных социальных институтов, объединять усилия по защите своих прав и законных интересов. В этом смысле видимость для горожанина – это ресурс приращения его социального капитала и инструмент влияния на ход событий, которые ему небезразличны.

Видимость индивида в цифровом публичном пространстве города, ее проявления и эффекты зависят не только от его желания индивида быть замеченным, но также, от доступа к соответствующим ресурсам и технологиям, от наличия у него компетенций, необходимых для их использования, а также от экономических, политико-правовых, технологических и культурных условий. Упорядочение режимов видимости участников публичной цифровой коммуникации осуществляется многими заинтересованными сторонами. Оно происходит посредством синхронизации восприятия и удержания коллективного внимания и имеет форму интер-визуальности [6]. Определенную роль в этом процессе играют политики и правила цифровых платформ. Образуя инфраструктуру взаимодействия пользователей Интернета, цифровые платформы располагают аппаратными и программными средствами, позволяющими регулировать видимость различных категорий пользователей и контента.

Закономерности выстраивания конфигурации видимости в цифровом публичном пространстве города на современном этапе медиатизации все еще недостаточно изучены. Некоторые аспекты этого процесса можно

концептуализировать при помощи таких понятий, как «цифровой паноптизм», «суперпаноптизм», «синоптизм» и «омниоптизм». Соответствующие концепции проливают свет на различные проявления видимости и ее влияния на отдельных людей и общество в целом, позволяя лучше понять, как организуется современный цифровой медиаландшафт.

Цифровой паноптизм – свойство цифрового пространства, в котором реализуется принцип организации паноптикона, придуманного Джереми Бентамом. Паноптикон представляет собой концепцию идеальной тюрьмы, в которой центральная сторожевая башня расположена так, чтобы каждый заключенный был доступен для наблюдения в любой момент. Паноптическое дисциплинирование людей через осознание ими своей видимости и развитие у них на этой основе самоконтроля – это такая техника воздействия на поведение наблюдаемых, которая не столько сдерживает, сколько высвобождает их способности, перенося часть власти над ними в их собственную психику. В итоге паноптизм позволяет «укрепить социальные силы, – поднять производство, развить экономику, распространить просвещение и повысить уровень общественной нравственности» [2, с. 304]. Цифровой паноптизм обеспечивается знанием людей о возможностях мониторинга их поведения с помощью камер видеонаблюдения и других технологий слежения за ними. Следует отметить, что на поведение индивидов также влияют их ожидания насчет занесения или не занесения информации о них в те или иные базы данных. Учитывая такое проявление видимости в цифровом пространстве, американский исследователь Марк Постер предложил называть взаимосвязанные базы данных, образующие Интернет, *суперпаноптиконом*. Символом суперпаноптизма является не глаз или камера, а база данных или форма для заполнения. При этом видимость социальных акторов внутри супероптикона обеспечивается не принудительным помещением их под наблюдение, а их намеренным проникновением в соответствующее пространство. Чтобы пользоваться Интернетом, люди сами предоставляют соответствующим системам информацию, помогающую за ними наблюдать [8, с. 86–87.]. Идея видимости как средства социализации наблюдаемых через развитие у них самоконтроля развита в концепции *синоптикона* норвежского социолога Томаса Матисена. В синоптиконе большинство наблюдает за меньшинством и, поскольку заметность дает общественное признание и доступ к другим ценным благам [7], попасть в круг наблюдаемых удается не всем, а лишь самым удачливым. Созидательная роль наблюдаемых в выстраивании конфигурации видимости в публичном пространстве выражается понятием «*омниоптикон*», предложенном американским социологом Натаном Юргенсоном в его рецензии на фильм Онди Тимонера «We Live in Public». В омниоптиконе

каждый может быть и наблюдаемым, и наблюдателем, поэтому общая картина такова, что многие наблюдают за многими. При помощи производства контента и регулирования настроек приватности пользователи управляют вниманием публики, причем «те, кто которые наиболее активно ведут публичную жизнь в Интернете, также наиболее активно используют настройки конфиденциальности» [4, с. 378].

Таким образом, видимость – явление довольно сложное и неоднозначное с точки зрения смысла, который ей придают участники общения в цифровом публичном пространстве города. Для социального актора его видимость в цифровом публичном пространстве может быть как атрибутом управляемости, так и инструментом воздействия на наблюдателей. Пространство интернет-коммуникации сегодня имеет одновременно панооптический, суперпанооптический, синооптический и омниоптический характер, а наблюдение в нем разнонаправленно, полисубъектно и подвержено влиянию систем алгоритмической фильтрации. Проблема видимости социальных акторов в цифровом публичном пространстве современного города не ограничивается выявлением возможностей их аудиовизуального восприятия и досягаемости в физическом пространстве. Она также охватывает различные технологизированные способы самопрезентации и управления вниманием публики, которые варьируются в зависимости от внешних макросоциальных условий, от дизайна и организации работы цифровых платформ, а также от коммуникативных действий самих социальных акторов. Подобные действия проявляются в том, как пользователи присутствуют в цифровом публичном пространстве города, в характере их вовлеченности в публичные дискуссии и в их интеллектуальной и творческой активности при создании и распространении ценного для других контента.

Библиографические ссылки

1. Архипова А. С. и др. «Пересборка митинга»: Интернет в протесте и протест в интернете // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1 (143). С. 12–35.
2. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы [Электронный ресурс] // Библиотека Гумер. Режим доступа: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Fuko_Tyrm/05.php. Дата доступа: 18.11.2023.
3. Hjarvard S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29. No 2. P. 105–134.
4. Jurgenson N. Review of Ondi Timoner's We Live in Public // Surveillance & Society. 2010. No 8 (3). P. 374–378.

5. Languillon-Aussel R. Digitalization of Public Spaces. The Great Urban Change? [Electronic Resource] // Artigo – Journal of Urban Research. 2021. No 22. Mode of access: <https://journals.openedition.org/articulo/4859>. Date of access: 18.11.2023.
6. Mateus S. Visibility as a Key Concept in Communication and Media Studies // Estudos em Comunicação. 2017. No 25. P. 109–124.
7. Mathiesen T. The Viewer Society: Michel Foucault's «Panopticon» Revisited // Theoretical Criminology. 1997. No 1. P. 215–234.
8. Poster M. The Second Media Age. John Wiley & Sons, 2018. 194 p.
9. Zou L., Zhao Z. Research on the Public Space of Contemporary Cities Under the Background of Digital Media Platform Technology // 2023 IEEE World Conference on Applied Intelligence and Computing (AIC). IEEE, 2023. P. 912–917.