

Н.А.Лукьянова, Су-Тинг Чен, Кай-Юань Чэн, О.А.Скальная

## ИНТЕРСУБЪЕКТИВНОСТЬ В КОНСТРУИРОВАНИИ ПРЕДМЕТНОГО МИРА ОБРАЗОВ БУДУЩЕГО

Исследуется проблема утраты имманентного свойства субъектности в виртуальной реальности. Утверждается, что визуальная фиксация предметной повседневности превращается в способы ее индивидуализации, а сами изображения становятся способом конструирования мира. На примере анализа творческих работ студентов о будущем «умного города» описан один из вариантов конструирования будущего — процесс дизайнирования, раскрывающий многообразие вариантов предметной среды в образах будущего. В данном процессе система социальных коммуникаций с доминирующей образностью цифровых дискурсов относительно будущего подчиняет себе субъекта и задает определенные стандарты его описания и категоризации. Установлено, что конструируемый таким образом предметный мир имеет отчетливо выраженную интерсубъективную основу. Причиной тому является утрата чувства собственной субъектности, выражающаяся в «залипании» в виртуальной реальности. Возникает ситуация, когда субъект и объект в процессах дизайнирования будущего уже больше не находятся в отношениях взаимной детерминации, взаимного становления. Сделан вывод о том, что исходным условием предметного дизайна будущего становится удержание со-присутствия как отношений множественных Мы, где собственно отношения играют большую роль, чем смыслы.

**Ключевые слова:** дизайн будущего, образы будущего, интерсубъектность, конструирование, идентичность, социум, умный город, визуальные образы, коммуникации

**В** современном обществе усиливаются инновационные процессы. Экономическое, социальное и экологическое прогнозирование (в т.ч. форсайт-прогноз) сегодня является основой современной политики и может выступать в качестве рефлексии инновационной активности общества. Это актуализирует исследование проблем, связанных с необходимостью социально-философского анализа процессов прогнозирования и планирования.

Представления о будущем постоянно интерпретируются в новых контекстах, культуре, в новом времени и всегда остаются открытыми для последующих интерпретаций. Будущее включено в активно осваиваемое человеком виртуальное интернет-пространство, во множестве интерпретаций. Дизайнирование будущего (design of the future) выступает как один из способов его конструирования. Дизайнирование будущего рассматривается нами как: «моделирование в футурологических дизайн-проектах концепций предметной среды будущего, отражающих прогнозируемые изменения ценностных ориентиров, материальных и духовных потребностей, образа жизни общества в целом, его макро- и микрогрупп, индивидов в разных областях жизнедеятельности людей» [1]. Однако в процессе конструирования образа будущего как некоего футуристического ожидания (в трактовке В.Я.Алдерса) особое значение приобретает категория «интерсубъективности», определяющая реальность особого рода. В предлагаемой статье интерсубъективность будет рассматриваться в контексте психоаналитического дискурса. Как отмечает Н.М.Савченкова: «...В психоанализе, который по своей сути является интерсубъективным взаимодействием, различие этих позиций нашло отражение в диалоге / противостоянии психоаналитической теории Жака Лакана и британского психоанализа (М.Кляйн, Д.Мельтцер, Д.Винникотт, У.Бион)». [2, с. 9]. Речь идет о том, что интерсубъективность задает образ будущего, основанного на социальном взаимодействии. Посредством визуальных образов субъект становится зависимым от онлайн-реальности, которая берет на себя функции сообщества. Как отмечает Е.Н.Князева: «...субъект деятельности, активно создавая реальность и строя самого себя во взаимодействии с ней, не встречает никакого сопротивления от реальности, он буквально залипает в реальности, не чувствует границ между собственным опытом и реальностью как таковой. Липкой становится не только реальность, но и человеческий опыт» [3]. И это создает новые проблемы восприятия действительности, что требует также философского осмысления. Это проблема утраты чувства собственной субъектности в мире господствующих образов и определенного «визуального загрязнения». Субъект в мире социальных сетей, одновременно являясь и адресатом, и адресантом, — идеальный объект исследования в контексте постоянно трансформирующихся знаков. Возникает проблемная ситуация: субъект и объект в процессах дизайнирования будущего уже больше не находятся в отношениях взаимной детерминации, взаимного становления. По сути, он-лайн реальность деформирует функции и субъекта и объекта.

Поэтому актуально и важно описать подобного рода примеры, присутствующие в визуальном дискурсе цифровой эпохи. «Визуальный дискурс рассматривается как особая разновидность дискурса, сложный интерактивный процесс, в котором называются значения образов» [4, с. 24]. Безусловно, наши образы будущего рождаются как результаты визуализации возможного и желаемого будущего, на стыке представлений о будущем, предлагаемые той или иной культурой (и это определяет их интерсубъективный характер) и индивидуального восприятия, связанного с субъективными конструктами. Визуальные образы из средства фиксации повседневности превращаются в способы его осмысления. Изображения проникают в обыденный

мир и становятся способом конструирования мира, его интерпретации и оценки. Вопрос о структурировании и фильтрации информации становится важным. В таком понимании собственно социум является условием психического отражения реальности через категорию образа в процессе конструирования. Об этом писали Е.Ю.Артемьев в «структуре субъективного опыта», Дж.Брунер в «субъективной модели мира» и др. По сути, человеческие индивиды, действующие в рамках социальной группы, утрачивают имманентное свойство субъектности. При этом следует указать, что любая социальная группа обретает с течением времени определенные субъектные свойства (например, общие цели). И это свойство не может быть описано в индивидуальном поведении субъектов, только в действиях группы, в такой активности, которая сопровождается определенным семиотическим поведением в процессах конструирования самоидентифицированной формы коллективности. В таком конструировании участвуют две силы: индивид и общество. Однако в эпоху тотальной цифровизации мы видим еще одну особенность. Фактически размываются границы офлайн и онлайн. В этих условиях онлайн-реальность берет на себя функции сообщества, его социальные функции, становясь социальным институтом (онлайн-библиотека, банк, консалтинговые службы, государственные структуры). Примером создания такого рода онлайн-реальности может быть описание ситуации социального конструирования по поводу двух законопроектов об однополых браках на Тайване. При этом подчеркивается интересубъективность крупномасштабных платформ, таких как Facebook, и то, как онлайн-комментарии используются для выхода за рамки обсуждаемого вопроса [5].

Комментируя это феномен, Чэнь-И Юй отмечает, что социальные сети дают возможность «выйти за рамки времени». [6]. В результате чего индивидуальные контексты повседневной жизни оказываются встроенными в социальные отношения в процессах планирования (проектирования) будущего. В этом и есть специфика дизайнирования будущего, поскольку «социальная практика коммуникации в отношении визуализации структурирована трижды: в послы изображений как триаде значения, смысла и символа; в производителях послы; в адресатах послы» [7, с. 29]. В этой связи можно говорить о новой функции онлайн-реальности. Необходимо уточнить, в рамках настоящего исследования с целью упорядочения терминологии под «коммуникативным» мы понимаем смысловые коммуникации, а «коммуникационное» рассматривается как средства связи, посредством которых рождаются, передаются и рецептируются смыслы. Именно в коммуникативном пространстве нивелируются границы между интересубъективностью и субъективностью. В конечном счете, оба типа «я» (личное и социальное) не имеют никакой сущности, то есть какой-либо присущей им характеристики, которая показывает, что эти «я» являются тем, чем они являются, а не кем-либо другим. Вместо этого предлагается экстерналистский подход к идентичности «я», который помещает рассматриваемую идентичность в отношения «я» с другими «я», а также с другими событиями и объектами. Например, учетную запись можно использовать для объяснения природы личности как в онлайн, так и в офлайновом мире [8]. И дело даже не в том, что стираются границы между личным и общественным, а в том, что нам мало простого наблюдения за тем как меняется мир, мы хотим быть частью этих изменений. Сегодня уже изобретены разные способы проникновения в технологии, что дает возможность создать виртуальную реальность. Она присутствует в индустрии видеоигр и развлечений, в образовании, здравоохранении, бизнесе и даже в обществе в целом. По сути, наслаждение дополненной реальностью меняет и делает иллюзорными границы между индивидом и социумом. Новые технологии способствуют выходу людей за пределы физического тела, а технологии виртуальной реальности, как описано в книге Джонатан Баун и Джейн Гакенбах, уже разрушают иллюзии индивидуальности и личности [9, р. 316].

В силу вышесказанного особое значение сегодня приобретает изучение знаковых закономерностей в процессах дизайнирования будущего, поскольку они раскрывают концепции предметной среды будущего. Семиотические процессы, благодаря нелинейности и непредсказуемости внутри них, одновременны и неравномерны, асимметричны и однородны, они состоят из конфликтующих структур и обладают своей индивидуальностью. Это означает, что конфигурация семиотических связей (если мы рассматриваем только семиотические процессы) определяет закономерности пересечения социокультурных систем неисчислимыми границами, которые, по Ю.М.Лотману, с одной стороны разделяют, с другой соединяют [10, с. 262]. Данная трактовка границы как никогда актуальна в цифровом мире. В процессе дизайнирования предметного будущего граница связывает «адаптирует» поступающую извне информацию, по сути, делая «чужое» «своим» посредством знаков коллективной идентичности. В результате мы получаем визуальный образ будущего, в котором присутствуют установки социума и личные устремления. Безусловно, в процессах конструирования образов будущего интересубъективность всегда присутствовала. Но проблема современного «цифрового» конструкта — это нивелирование собственного я в процессах конструирования. В этом видится, например, поколенческая проблема. В сегодняшнем социокультурном контексте период молодости все чаще характеризуется трудностью определения своей идентичности, предвидения своего будущего пути и выбора, который необходимо сделать [11].

По сути мы говорим о том, что тот субъект, который по утверждению У.Эко, является необходимым инструментом для перехода от одного этапа становления знака к другому [12 с. 273], исчезает. Конструируя свое цифровое будущее, человек существует только в онлайн-среде как некое «третье или четвертое» Я. Все эти модели взаимодействия базируются на семиотических трансакциях, поскольку знак есть универсальный инструмент коммуникации. Например, посты о собственных переживаниях являются личными, но проходя через фильтр социальных сетей они принимают форму социальных трансакций, поскольку меняется отношение

между теми, кто пишет о личном (о себе) и другими интерактивными людьми, которые присутствуют в диалоге. Причем пишущие стремятся «вписаться» в общую культуру рассказов о «Я» через различные предметы «Других». Именно эту важную мысль подчеркивает Ю-Цзюнь Ван в своих исследованиях постов в Facebook [13]. Пользователь в социальных сетях строит свою жизнь, ориентируясь на видение Другого, а сам, становясь «Мы», формирует визуальный контекст сообщений, зависимый от социально одобряемых образов. В этой связи именно коммуникация (онлайн, в большей степени) становится сегодня главной конструирующей силой будущего. Партиципация, как считают зарубежные исследователи, является основной характеристики онлайн-коммуникации [14, р. 72]. С помощью знаков как универсального инструмента мы можем конструировать свой образ будущего. Цифровые миры становятся пространством для создания «новых себя», что особенно важно в процессах становления идентичности в подростковом возрасте, на что указывают зарубежные исследователи в статье “Constructing Identity Online: Identity Exploration and Self-Presentation” [15]. Однако в цифровом мире в процессах конструирования образов будущего (и не только) главной конструирующей силой становится не познающий субъект, а «...система социальных коммуникаций, подчиняющая себе индивидуального субъекта и растворяющая его в себе» [16, с. 30]. Сегодня исследователи говорят о том, что современная реклама (активно присутствующая в он-лайн пространстве) представляет собой символическую систему, основанную на соглашениях, а рекламные изображения представляют собой сложную форму визуальной риторики [17]. Тем самым в онлайн-рекламе читатель создает лучшую версию себя, как пользователь социальных сетей. А также конструирует свое будущее в формате закрепившихся кодов социума. Так, например, социальные сети расширили и демократизировали субкультуры. «С помощью нескольких щелчков мышью вы можете попасть в центр любой субкультуры, а интенсивные взаимодействия участников плавно перемещаются между Интернетом, физическими пространствами и традиционными медиа» [18]. В этом случае проблема множественности реальностей, которые формирует человек, создавая окружающий мир и самого себя в нем, выглядит совсем иначе. Мы можем говорить о доминировании интересубъективных установок в конструировании (дизайнировании) образов будущего и деформации субъективного восприятия. Примером сказанного выше могут служить творческие работы студентов, демонстрирующие доминирование «Мы» в процессах дизайнирования будущего.

В качестве эмпирического материала, позволяющего более полно раскрыть данную ситуацию были использованы фотоколлажи, выполненные студентами. Это фотоколлажи студентов 3 курса направления «Промышленный дизайн». Тема фотоколлажей была заявлена достаточно широко «Образы будущего», однако присутствовало условие, это должно быть не личное будущее, а будущее в целом (страны, мира). Работы студентов собираются Н.А.Лукияновой с 2015 года. Анализировалось 56 работ. Всего из пятидесяти шести студенческих работ, посвященных будущему, были отобраны двадцать пять, в которых будущее было представлено как цифровая реальность города. Обращение к урбанистической теме обусловлено необходимостью несколько сузить предметную тему и попытаться структурировать модели дизайнирования урбанистического будущего, поскольку в данной статье речь идет преимущественно о предметной реальности.

Подчеркнем, что общая риторика цифрового общества (средства массовой информации, интернет-сообщество, официальные документы, блоги, форумы и прочее) акцентирует внимание на интернете вещей, как сердце «умных» городов, на цифровых технологиях и анализе больших данных как способах развития инноваций. Эти процессы вплетены в социальные, экономические и политические процессы. Широко распространена практика визуального представления цифровых данных как неотъемлемой части «умного» города [19]. При этом в зарубежных исследованиях подчеркивается, что развитие интеллектуальных городов, управляемых данными, в первую очередь ориентировано на технологические перспективы, которые могут противоречить более широким социальным проблемам [20]. При таком подходе становится понятным как создается социальная конструкция, определяемая существованием социальных договоренностей между людьми. Ключевыми стереотипами, транслируемыми социумом, в создании такой конструкции как «умный» город является: желание комфортной жизни, отсутствие пробок, утилизация отходов, возможность работать и отдыхать в чистом, безопасном пространстве и прочее. Работы студентов по тематике «умного» города были разделены на три группы.

В первую группу вошли работы, в которых «умный» город представлен как киберполис. Как описывает С.Б.Веселова [21, с. 64], ссылаясь на работы Флориан Рётзер, модель киберполиса представлена как метафора чипа. Признаками киберполиса она называет: свободу от географии и топосов физического пространства; объединяющие коммуникационные узлы www; многообразие и лабильность связей между бесчисленными узловыми компонентам; интеракции и двухсторонние коммуникации в режиме реального времени, в котором человек может вмешиваться в ход событий независимо от своего физического местонахождения. Умный город в такой интерпретации понимается как город, в котором ИКТ (информационных и коммуникационных технологий) объединены с традиционной инфраструктурой, скоординированы и интегрированы с использованием новых цифровых технологий [19]. В фотоколлажах студентов мы видим, как актуальные сегодня смартфоны отсылают нас к привычной реальности и представляются инструментами для управления, а отсутствие «привязки» к определенному месту демонстрирует желание преодолеть территориальную локальность. Тем самым, «будущее (города — прим. Н.Л.) рисуется как процесс все большего вовлечения в различные сети коммуникаций, в процессы ускоряющейся дигитализации...» [22].

Вторая группа студенческих работ может быть описана по аналогии с образом телематического города-сети. В таком городе больше нет внешнего и внутреннего пространства, они существуют одновременно. Образ, с помощью которого описывается такой город, схож с образом дома у М.Павича в рассказе «Гунисская белая клетка в форме пагоды» (сборник рассказов 2010 года). В этом рассказе квартира — это город, а дом становится квартирой. «Окно ванной комнаты — это хрустальная полусфера высотой в человеческий рост, в которую заходишь так, как зашли бы в уличную тумбу для афиш» [23]. По сути, дом становится интерфейсом, он реагирует на присутствие человека в нем. В этом доме человек сосуществует одновременно с множеством «разумных существ». Цифровая реальность сегодня создает основу для возникновения телематических городов будущего, в которых важным условием становится создание интегрированной системы управления потоками данных [24]. В работах студентов такое будущее «умного» города предстает как иллюстрация движущейся границы. Классическим примером является образ будущего представленной в формате умной комфортной кухни, обладающей, с одной стороны классическими предметами кухни (вполне узнаваемый чайник), с другой стены в виде интерфейса для оценки собственного здоровья.

Третья группа. Это работы, в которых образ «умного города» описывается как интерактивная урбосистема. По Н.Ф.Реймерсу урбанистическая система (урбосистема) — «неустойчивая природно-антропогенная система, состоящая из архитектурно-строительных объектов и резко нарушенных естественных экосистем» [25, с. 481]. В таком пространстве присутствуют одновременно собственно природная среда и преобразованная человеком природная среда (антропогенные ландшафты вплоть до искусственного окружения людей — здания, асфальт дорог, искусственное освещение и т. д., т.е. до искусственной среды). И все эти фрагменты сегодняшней реальности присутствуют в работах студентов. По сути, такая урбосистема сильно изменена и стала искусственной. При этом существуют проблемы утилизации отходов и загрязнения окружающей среды. Здоровье человека — индикатор качества этой среды. И здесь в образах будущего для студентов становится важным личная безопасность и здоровье, что визуализируется через идеи контроллинга за человеческим телом. В таком подходе важным является исследование динамики города как экосистемы, что позволяет понять важность того, как управление окружающей средой связано с социально-экономическими и экологическими изменениями [24].

Анализ фотоколлажей можно рассматривать как анализ личных документов, что является специфическим качественным методом получения первичной социологической информации. По сути, представленные студентами фотоколлажи являются свидетельством индивидуального опыта. Но именно этот индивидуальный опыт обладает всеми признаками интерсубъективности. Фрагменты фотоколлажей были «заимствованы» из открытых интернет-источников и отражают настроение индивида как личности в момент их сборки, конструирования. В результате мы получаем эмоционально окрашенную, непосредственно из первых рук полученную информацию о том, каков будет дизайн будущего. Такой футуродизайн представляет собой набор картинок онлайн-реальности. Зачастую сложно увидеть за этим набором личность. Безусловно то, что задание было связано с описанием не личного будущего, а глобального (страны, планеты), повлияло на репрезентацию образа будущего как футуристического ожидания. Однако процесс создания коллажа, где представлено ожидаемое будущее, собственно процесс его оформления связан с конструктивистской установкой каждого из нас. Субъект сам определяет, например, цветовую гамму коллажа, его композицию. Но личность в этих работах фактически исчезает. Перефразируя тезис Е.Н.Князевой, собственное я не встречает никакого сопротивления от реальности, он буквально «залипает» в нем. В чем это выражается. Анализируя творческие работы студентов, мы видим, как наборы шаблонов, стереотипов «работают» на дизайн города будущего. Такого рода шаблоны широко распространены в Интернете и студенты активно использовали их в своих фотоколлажах, транслируя знаки коллективной идентичности (архитектурные детали, коммерческие знаки и граффити, среди прочего, обозначают потоки людей и культуры).

Итак, фотоколлажи с одной стороны есть личностные конструкты. Однако особенностью студенческих фотоколлажей образов будущего становится их предельная интерсубъективность. Такой уровень интерсубъективности опирается на когнитивные схемы. Их присутствие создает возможность упорядочить собственную индивидуальность. Как отмечал К.Гирц: «Стать человеком — значит обрести индивидуальность, и мы обретаем эту индивидуальность, руководствуясь культурными моделями, исторически сложившимися системами значений, с точки зрения которых мы придаем форму, порядок, смысл и направление нашей жизни» [26, с. 65]. На наш взгляд, студенческие коллажи служат показательным примером ситуации «залипания» в которой онлайн-реальность выполняет функции и субъекта и объекта.

Резюмируя сказанное можно отметить, что сегодня онлайн-мир имеет отчетливо выраженную интерсубъективную основу. В этом мире уже не эксплицируется способ конституирования интерсубъективных отношений на основании интерпретации концепта «Другого». Смысловое поле онлайн-коммуникаций размыто, коммуникации значительно усложняются, а в саму коммуникацию между Я и Другим включены виртуальные субъекты (третий, четвертый и так далее), способные создавать собственные смыслы. Это и есть пространство неопределенности, существующее уже не как коммуникативное, а более как коммуникационное пространство, в рамках которого конструируется новый способ отношения к будущему. В таком дизайнировании будущего преодолевается «разрыв» между коммуникантами (адресатом и адресантом), а интерсубъективность выступает как возможность быть «Мы» в «нужных» онлайн-пространствах и владеть виртуальной средой. В этом случае тезис Франка Тайгера — ваше будущее зависит от многих вещей, но прежде

всего от Вас самих, — выглядит уже не столь однозначно. На новом этапе рефлексии относительно цифрового будущего исходным условием становится удержание со-присутствия, поскольку в онлайн-пространстве уже господствуют не Я и Другой, а Мы как множество других. Парадоксальность современной социокультурной ситуации заключается в том, что увеличившиеся возможности для передачи смыслов создают одновременно их дефицит, и это порождает феномен своеобразного «коммуникативного одиночества». Он проявляется в следующем: человек, обладая огромным количеством средств общения, остается, тем не менее, наедине со своими проблемами. Эта проблем как нельзя явно обнаруживает различие понятий, «коммуникация» и «общение» [27]. В такого рода отношениях роль собственно коммуникаций является более значимой, чем передаваемое содержание и «Мы» как субъект растворяется в сетях коммуникаций.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РРФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31100.*

1. Медведев В.Ю. Дизайн будущего и будущее дизайна [Электр. ресурс] // Ассоциация футурологов. 2013. 21 октября. URL: <http://futurologija.ru/bibl/medvedev-v-yu-dizajn-budushhego-i-budushhee-dizajna/> (дата обращения: 01.02.2021).
2. Савченкова Н.М. «Двойник» и «пара»: две версии intersubъективности // Гуманитарный акцент. 2019. № 2. С. 9-18.
3. Князева Е.Н. Конструирование будущего [Электр. ресурс] // Экономические стратегии. 2010. № 4. URL: <http://futurologija.ru/bibl/knyazeva-e-n-konstruirovaniye-budushhego/> (дата обращения: 01.02.2021).
4. Вдовина Т.В. Визуальные исследования: основные методологические подходы // Вестник РУДН. серия Социология. 2012. № 1. С. 16-26.
5. Wang P.-H. Stance, framing, and the construction of reality in Facebook comments about Taiwan's same-sex marriage bills // Discourse & Society. 2020. Т. 31. Вып. 2. С. 218-234.
6. Yu C.-Y. Embedded Temporal Experience: An Analysis of the Temporal Structure of Social Media Usage in Daily Life [Электр. ресурс]. URL: <https://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?docid=P20161123001-201806-201811190001-201811190001-1-57> (дата обращения: 21.10.2020).
7. Рождественская Е.Ю. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е.Р.Ярской-Смирновой, П.В.Романова, В.Л.Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 28-42.
8. Hongladarom S. Personal Identity and the Self in the Online and Offline [Электр. ресурс] // World Minds and Machines. 2011. № 21(4). P. 533-548. URL: <https://philpapers.org/rec/HONPIA-2>. (дата обращения: 22.10.2020).
9. Bown J., Gackenbach J. Boundaries of Self and Reality. San Francisco: Academic Press, 2017. 358 p.
10. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб.: Искусство, 2001. 703 p.
11. Costa C. Identity, values, online reality and faith of new generations [Электр. ресурс] // Geopolitical Social Security and Freedom Journal. 2018. № 1(2). P. 92-105. URL: [https://www.researchgate.net/publication/333726024\\_Identity\\_values\\_online\\_reality\\_and\\_faith\\_of\\_new\\_generations](https://www.researchgate.net/publication/333726024_Identity_values_online_reality_and_faith_of_new_generations) (дата обращения: 20.10.2020).
12. Эко У. Сказать почти то же самое. Опыт о переводе. СПб.: Симпозиум, 2006. 574 с.
13. Wang Y.-J. The role of 'others' in the self-narrative and memory construction on social network sites: a case study of Facebook parenting stories [Электр. ресурс] // Mass communication research. 2020. URL: [https://mcr.nccu.edu.tw/web/backissues/latest\\_paper\\_in\\_jsp?pp\\_no=PP1571576800505](https://mcr.nccu.edu.tw/web/backissues/latest_paper_in_jsp?pp_no=PP1571576800505) (дата обращения: 22.10.2020).
14. Jenkins H., Clinton K., Purushotma R., Robison A.J. Weigel M. Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21-st century, Cambridge: MIT Press, 2009. 72 p.
15. Subrahmanyam K., Smahel D. Constructing Identity Online: Identity Exploration and Self-Presentation [Электр. ресурс]. URL: [https://www.researchgate.net/publication/251128890\\_Constructing\\_Identity\\_Online\\_Identity\\_Exploration\\_and\\_Self-Presentation](https://www.researchgate.net/publication/251128890_Constructing_Identity_Online_Identity_Exploration_and_Self-Presentation) (дата обращения: 22.10.2020).
16. Труфанова Е.О. Субъект и познание в мире социальных конструкций. М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2018. 320 с.
17. Scott L.M. Images in Advertising: The Need for a Theory of Visual Rhetoric [Электр. ресурс] // Journal of Consumer Research. 1994. Vol. 21. Iss. 2. September. P. 252-273. URL: <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/21/2/252/1799470> (дата обращения: 20.10.2020).
18. Holt D. Branding in the Age of Social Media. 2016 [Электр. ресурс]. URL: <https://www.studocu.com/nl-be/document/universiteit-gegent/marketing/overige/11-branding-in-the-age-of-social-media-1/2349013/view> (дата обращения: 22.10.2020).
19. Trabucco J.T., Lee D., Derrible S., Marai G.E. Visual Analysis of a Smart City's Energy Consumption // Multimodal Technologies and Interaction. 2019. Vol. 3. Iss. 2. Art. 30. doi: 10.3390/mti3020030
20. Meadows M. & Kouw M. Future-making: inclusive design and smart cities [Электр. ресурс]. URL: <https://interactions.acm.org/archive/view/march-april-2017/future-making> (дата обращения: 21.10.2020).
21. Веселова С.Б. Город как образ сознания и образы города в сознании // Acta eruditorum. 2013. № 13. С. 63-68.
22. Николаева Ж.В., Троицкая А.А. Дискурс об идентичности как способ осмысления городского пространства // Журнал Фронтальных исследований. 2020. № 1. С. 11-28.
23. Павич М. Тунисская белая клетка в форме пагоды. [Электр. ресурс]. URL: <http://www.you-books.com/book/M-Pavich/Tunisskaya-Belaya-Kletka-V-Forme-Pagody> (дата обращения: 20.10.2020).
24. Iwan S., Malecki K. Data Flows in an Integrated Urban Freight Transport Telematic System [Электр. ресурс] // International Conference on Transport Systems Telematics. 2012. P. 79-86. URL: <https://scholar.google.pl/citations?user=VFhwxe0AAAAJ&hl=en> (дата обращения: 20.10.2020).
25. Реймерс Н.Ф. Природопользование. М.: Мысль, 1990. 637 с.
26. Гириц К. Интерпретация культур. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. 560 с.
27. Лукьянова Н.А. От знака к семиотическим структурам коммуникативного пространства. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2010. 245 с.

## References

1. Medvedev V.Yu. Dizajn budushchego i budushchee dizajna [Future design and the future of design]. Assotsiatsiya futurologov. 2013. 21 oktyabrya. Available at: <http://futurologija.ru/bibl/medvedev-v-yu-dizajn-budushhego-i-budushhee-dizajna/> (accessed: 01.02.2021).
2. Savchenkova N.M. «"Dvoynik" i "para": dve versii intersub"ektivnosti [Double and Couple: Two Versions of Intersubjectivity]. Gumanitarnyy aktsent, 2019, no. 2, pp. 9-18.

3. Knyazeva E.N. Konstruirovaniye budushchego [Designing the future]. Ekonomicheskie strategii, 2010, no. 4. Available at: <http://futurologija.ru/bibl/knyazeva-e-n-konstruirovaniye-budushchego/> (accessed: 01.02.2021).
4. Vdovina T.V. Vizual'nye issledovaniya: osnovnye metodologicheskie podkhody [Visual research: basic methodological approaches]. Vestnik RUDN, seriya Sotsiologiya, 2012, no. 1, pp. 16-26.
5. Wang P.-H. Stance, framing, and the construction of reality in Facebook comments about Taiwan's same-sex marriage bills. Discourse & Society, 2020, vol. 31, iss. 2, pp. 218-234.
6. Yu C.-Y. Embedded Temporal Experience: An Analysis of the Temporal Structure of Social Media Usage in Daily Life. Available at: <https://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?docid=P20161123001-201806-201811190001-201811190001-1-57> (accessed: 21.10.2020).
7. Rozhdestvenskaya E.Yu. Vizual'nyy povorot: analiz i interpretatsiya izobrazheniy [Visual rotation: analyzing and interpreting images]. Yarskaya-Smirnova E.R. et al, ed. Vizual'naya antropologiya: novye vzglyady na sotsial'nuyu real'nost'. Saratov, 2007, pp. 28-42.
8. Hongladarom S. Personal Identity and the Self in the Online and Offline. World Minds and Machines. 2011, no. 21(4), pp. 533-548. Available at: <https://philpapers.org/rec/HONPIA-2>. (accessed: 22.10.2020).
9. Bown J., Gackenbach J. Boundaries of Self and Reality. San Francisco, 2017. 358 p.
10. Lotman Yu.M. Semiosfera [Semiosphere]. Saint Petersburg, 2001. 703 p.
11. Costa C. Identity, values, online reality and faith of new generations. Geopolitical Social Security and Freedom Journal, 2018, no. 1(2), pp. 92-105. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/333726024\\_Identity\\_values\\_online\\_reality\\_and\\_faith\\_of\\_new\\_generations](https://www.researchgate.net/publication/333726024_Identity_values_online_reality_and_faith_of_new_generations) (accessed: 20.10.2020).
12. Eko U. Skazat' pochno to zhe samoe. Opyty o perevode [To say almost the same thing. Experiences about translation]. Saint Petersburg, 2006. 574 p.
13. Wang Y.-J. The role of 'others' in the self-narrative and memory construction on social network sites: a case study of Facebook parenting stories. Mass communication research, 2020. Available at: [https://mcr.nccu.edu.tw/web/backissues/latest\\_paper\\_in.jsp?pp\\_no=PP1571576800505](https://mcr.nccu.edu.tw/web/backissues/latest_paper_in.jsp?pp_no=PP1571576800505) (accessed: 22.10.2020).
14. Jenkins H., Clinton K., Purushotma R., Robison A.J. Weigel M. Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21-st century, Cambridge, 2009. 72 p.
15. Subrahmanyam K., Smahel D. Constructing Identity Online: Identity Exploration and Self-Presentation. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/251128890\\_Constructing\\_Identity\\_Online\\_Identity\\_Exploration\\_and\\_Self-Presentation](https://www.researchgate.net/publication/251128890_Constructing_Identity_Online_Identity_Exploration_and_Self-Presentation) (accessed: 22.10.2020).
16. Trufanova E.O. Sub"ekt i poznanie v mire sotsial'nykh konstruksiy [Subject and cognition in the world of social constructions]. Moscow, 2018. 320 p.
17. Scott L.M. Images in Advertising: The Need for a Theory of Visual Rhetoric. Journal of Consumer Research, 1994, vol. 21, iss. 2, September, pp. 252-273. Available at: <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/21/2/252/1799470> (accessed: 20.10.2020).
18. Holt D. Branding in the Age of Social Media. 2016. Available at: <https://www.studocu.com/nl-be/document/universiteit-geert/branding/11-branding-in-the-age-of-social-media-1/2349013/view> (accessed: 22.10.2020).
19. Trabucco J.T., Lee D., Derrible S., Marai G.E. Visual Analysis of a Smart City's Energy Consumption. Multimodal Technologies and Interaction, 2019, vol. 3, iss. 2, art. 30. doi: 10.3390/mti3020030
20. Meadows M. & Kouw M. Future-making; inclusive design and smart cities. Available at: <https://interactions.acm.org/archive/view/march-april-2017/future-making> (accessed: 21.10.2020).
21. Veselova S.B. Gorod kak obraz soznaniya i obrazy goroda v soznanii [City as an image of consciousness and images of the city in consciousness]. Acta eruditorum, 2013, no. 13, pp. 63-68.
22. Nikolaeva Zh.V., Troitskaya A.A. Diskurs ob identichnosti kak sposob osmysleniya gorodskogo prostranstva [Identity discourse as a way to comprehend urban space]. Zhurnal Frontimnykh issledovaniy, 2020, no. 1, pp. 11-28.
23. Pavich M. Tunisskaya belaya kletka v forme pagody. [Tunisian white cage in the shape of a pagoda]. Available at: <http://www.you-books.com/book/M-Pavich/Tunisskaya-Belaya-Kletka-V-Forme-Pagody> (accessed: 20.10.2020).
24. Iwan S., Malecki K. Data Flows in an Integrated Urban Freight Transport Telematic System. International Conference on Transport Systems Telematics, 2012, pp. 79-86. Available at: <https://scholar.google.pl/citations?user=VFhwxe0AAAAJ&hl=en> (accessed: 20.10.2020).
25. Reymers N.F. Prirodopol'zovanie [Nature management]. Moscow, 1990. 637 p.
26. Girts K. Interpretatsiya kul'tur [Interpretation of cultures]. Moscow, 2004. 560 p.
27. Luk'yanova N.A. Ot znaka k semioticheskim strukturam kommunikativnogo prostranstva [From sign to semiotic structures of communication space]. Tomsk, 2010. 245 p.

**Lukianova N.A., Szu-Ting Chen, Kai-Yuan Cheng, Skalnaya O.A. Intersubjectivity in the construction of the presentive world of images of the future.** The paper touches upon the issue of the loss of the immanent property of subjectivity in virtual reality. It is stated that the visual fixation of objective everyday life turns into ways of its individualization and the images themselves become a way to construct the world. Through the example of the analysis of creative works of students on the future of "smart city", one of the options to construct the future is described: the design process, which reveals the variety of options for the subject environment in the images of the future. In this process, the system of social communications with the dominant imagery of digital discourses about the future subjugates the subject and sets certain standards for its description and categorization. It is found that the objective world constructed in this way has a clearly expressed intersubjective basis. The reason for this is the loss of a meaning of one's own subjectivity, which is expressed in sticking in virtual reality. This situation arises when the subject and object in the processes of the design of the future are no longer in the relationship of mutual determination and mutual formation. The authors conclude that the initial condition of the subject design of the future is the retention of co-presence as relations of multiple We, where the relationship itself plays a greater role than meanings.

**Keywords:** design of the future, images of the future, intersubjectivity, construction, identity, society, smart city, visual images, communications.

**Сведения об авторах.** Наталия Александровна Лукьянова — доктор философских наук (24.00.01 — теория и история культуры), доцент по кафедре социологии, психологии и права, Руководитель отделения социально-гуманитарных наук Томского политехнического университета, профессор Томского государственного университета; ORCID: 0000-0003-1186-0404; lukianova@tpu.ru; Су-Тинг Чен — доктор философии, профессор и директор Института философии и заведующий междисциплинарной программой гуманитарных и социальных наук Колледжа гуманитарных и социальных наук Национального университета Цин Хуа; ORCID: 0000-0001-5795-5084; stchen@mx.nthu.edu.tw; Кай-Юань Чэн — профессор, аспирант Института философии разума и познания, Школа гуманитарных и социальных наук. Национальный университет Ян-Мин; ORCID: 0000-0003-0140-8406; kcheng@ym.edu.tw; Оксана Анатольевна Скальная — аспирант кафедры философии и методологии науки (09.00.11 — социальная философия); ORCID: 0000-0002-5555-7936; phdlife2030@gmail.com.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 15.12.2020. Принята к публикации 10.01.2021.

Ссылка на эту статью: Лукьянова Н.А., Су-Тинг Чен, Кай-Юань Чэн, Скальная О.А. Интерсубъективность в конструировании предметного мира образов будущего // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2021. № 2(35). С. 251-257. DOI: 10.34680/2411-7951.2021.2(35).251-257

For citation: Lukianova N.A., Szu-Ting Chen, Kai-Yuan Cheng, Skalnaya O.A. Intersubjectivity in the construction of the presentive world of images of the future. *Memoirs of NovSU*, 2021, no. 2(35), pp. 251-257. DOI: 10.34680/2411-7951.2021.2(35).251-257