

УДК 130.2+316.77

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v052.2024.24>**Л. В. Стародубцева**ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-8259-4775>

докторка філософських наук, професорка,

в. о. завідувача кафедри медіакомунікацій

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

**Д. В. Петренко**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6771-2916>

доктор філософських наук, професор,

завідувач кафедри теорії культури і філософії науки

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

## ЦИФРОВИЙ ЕКСГІБІЦІОНІЗМ У СУЧАСНІЙ МЕДІАКУЛЬТУРІ

**Постановка проблеми.** Не викликає сумнівів, що сучасна медіакультура одночасно і сприяє, і чинить бар'єри для формування транспарентного суспільства, де мережеві суб'єкти здаються відкритими один для одного опосередковано, через їхні цифрові сліди. Тенденцію до перманентного заміщення фізичної реальності її цифровими фантомами і поширення принципово демонстративного, агресивно показного медіапозиціонування соціальних суб'єктів через нав'язування створених ними електронних симулякрів іншим користувачам мережі, – тенденцію, що набуває вражаюче загрозливих масштабів і призводить до оманливого зняття міжособистісних дистанцій в інтернет-комунікації, ілюзії зникнення межі між приватним і публічним у просторі соціальних медіа та експоненціального зростання ступеня інформаційної прозорості сучасної медіакультури, можна умовно назвати *цифровим експібіціонізмом*. Виходячи з цієї суто операціональної дефініції, на універсальність якої ми, звісно ж, не претендуємо, вважаємо за доцільне окреслити проблемну ситуацію таким ключовим питанням: чи можливо (і, якщо так, то як можливо) зняття опозиції “цифрового експібіціонізму” та страху “цифрової оголеності” у сучасній медіакультурі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття експібіціонізму з традиційного професійного лексикону дослідників у галузях психології та психопатології несподівано перекочувало до філософсько-культурологічного дискурсу у 2010 році, отримавши нові конотативні сенси як метафоричного означника ситуації “прозорого суспільства” епохи диджитал. У такому розумінні поняття цифрового експібіціонізму вперше зустрічається в дослідженні копенгагенської вченої Ани Марії Мунар *Digital Exhibitionism: The Age of Exposure* (Ana María Munar, 2010 [35]). Досліджуючи контент, згенерований користувачами онлайн-спільнот епохи Web 2.0 (*UGC: User Generated Content*), вчена під цифровим експібіці-

онізмом розуміє можливість “оцифрувати приватний життєвий досвід”, що є предметом епістемологічних студій у межах “нетнографії” (неологізм на основі контамінації понять *net*: “мережа” та *ethnography*: “етнографія”) – конструктивного підходу для вивчення онлайн-спільнот і соціальних медіа, які сприяють створенню особистих біографій інтернет-користувачів для розуміння їхнього культурного досвіду, що відображається в цифрових слідах, мережевих практиках і системах соціальних медіа. У контексті досліджуваної проблематики особливу значущість мають концепція “трансформації інтимності” англійського соціолога Ентоні Гідденса (Anthony Giddens, 1993 [19]); рефлексії над хитросплетінням Приватного та Публічного в антропології та розвідках у галузі політичної моралі Ханни Арендт (Hannah Arendt, 2018 [4]; Mihaela Morariu, 2011 [34]; тлумачення автентичності у цифровій культурі канадського вченого з Університету Квінз Мартіна Хенда (Martin Hand, 2016 [23]); концептуальні розвідки у галузі соціальних медіа винахідника “нетнографії”, дослідника зі Школи комунікації та журналістики Університету Південної Каліфорнії Роберта Козінця (Robert Kozinets, 2019 [26]); роздуми про приватність та свободу в кіберпросторі в контексті теорії цифрового суспільства іспанського соціолога Мануеля Кастельса (Manuel Castells, 2007 [21]; Кастельс, 2024, [21]) та ін.

Слід зазначити, що у пошуках нашого дослідницького ракурсу ми мимоволі зіштовхуємося з проблематикою суспільної (не)транспарентності. І тут ми свідомо спираємося на потужну інтелектуальну традицію, що сягає коренями не стільки до самого поняття “прозорого суспільства”, уведеного італійським філософом Джанні Ваттімо ще у 1989 році (Gianni Vattimo, 1992 [40]) та через десятиліття розвинутого Девідом Бріном в його ідеї “взаємної прозорості” (David Brin, 1999 [12]), скільки присвячених цьому явищу сучасних дискусій, де поруч із поняттям *transparent society*

з'являється і безліч його варіацій, таких як, наприклад, “соціальна прозорість” (*social transparency: Michael Maltzan, Florian Idenberg, 2016 [28]*), “суспільство прозорості”, або “прозорість суспільства” (*transparency society: Byung-Chul Han, 2015 [22]*) тощо. Не випадково головна редакторка журналу *Metropolis* Акіко Буш охрестила нашу епоху “часом транспарентності” (*Akiko Busch, 2020 [11]*), коли ми все частіше розмірковуємо над правом на “цифрове забуття”, бажанням стерти електронні сліди і зберегти “невидимість” (крім уже згаданої нами Акіко Буш, чия монографія має екстравагантну назву “Як зникнути: нотатки про невидимість за часів прозорості”, див., наприклад, серію праць, присвячених питанням “How to Disappear”, “How to become invisible”: *Frank Ahearn, 2019 [3], Barry Davies, 2019 [13]* та ін.). Лондонський професор, медіаексперт Альберто Лопес-Валенсуела іменує сучасний світ “гіперпрозорим, взаємопов’язаним і медіаанархічним” (*Alberto Lopez Valenzuela, 2018 [39, p. 15]*), і крізь саме поняття “hyper-transparency” яскраво просвічує критична позиція медіааналітика. З цієї точки зору важливими представляються дослідження “темної сторони прозорості” берлінського філософа та культуролога Бюн-Чул Хана (*Byung-Chul Han, 2015 [22]*) і концепція “деформуючої прозорості” оттавського вченого у галузі теорії комунікації Ісаака Нахон-Серфаті, який запропонував концепцію епатажної етики “деформуючої прозорості” медіадискурсу екстремістів і радикалів (*Isaac Nahon-Serfaty, 2020 [36]*). На цьому концептуальному підґрунті ми і спробуємо знайти власний теоретичний аспект розуміння досліджуваного феномена.

**Мета** цієї статті – концептуалізація феномена цифрового ексібіціонізму як інструменту формування (не)транспарентності сучасної медіакультури.

**Виклад основного матеріалу.** Роздуми над проблемою цифрового ексібіціонізму як важливого компонента(не)прозорості сучасної медіакультури варто розпочати з телеології та ідеології явища, що є предметом нашого аналізу. Звернімо увагу на те, що у поняття цифрового ексібіціонізму в контексті нашого дослідження немає еротичного значення: тут мається на увазі створення суб’єктом своєї медійної ідентичності через зняття не фізичних, а метафізичних покривів – словесних і образних, видимих і невидимих, інтелектуальних, емоційних, психологічних. Медійне “самооголення” може бути лукавим і удавано-показним, курйозним і безглуздим, хворобливо-патологічним, а нерідко – брутальним і жорстким зриванням масок, зчищенням шкіри, зняттям захисних оболонок, якими окутані наша свідомість і наше життя. Чи не стають мережеві сторінки електронними психоаналітичними кушетками, а особи-

сте життя у сучасній медіакультурі – товаром, виставленим на продаж у скляній вітрині соціальних медіа, де валютою слугують розмінні золоті монетки вподобайок і діаманти сльозинок співчуття? Здавалося б, значно більш зрозуміла мотивація – ділитися наративами про історії власного успіху. Однак у такому разі чи не перетворюється цифровий простір на “ярмарок марнославства”, суєти і пихатості? Чим більше цифрові ексібіціоністи, які полюбують публічно “роздягатися”, будуть засмічувати мережу своїми нав’язливими відкриттями, тим із більшою вірогідністю медіапростір буде ставати схожим на гігантський – всесвітнього масштабу – “смітник для соромітників”.

Ким би не були цифрові ексібіціоністи – селебріті чи пересічними інтернет-користувачами, рафінованими ерудитами чи примітивними любителями непристойних історій – відвертістю своїх мережевих визнань усі вони мають намір полегшити свої страждання / похизуватися своєю вдачею / привернути до себе увагу / потішити своє самолюбство / збільшити свою популярність (кількість лайків, переглядів, коментів), / знайти нових фанів (слухачів, глядачів, читачів) / розширити аудиторію своїх веб-рекрутів / вчинити “трансфер” своїх переживань на велике коло своїх прихильників / трішки розібратися у самому собі, поспілкувавшись із “провіденціальним співрозмовником” / просто позбавитися від відчуття “самотності в мережі” *et cetera*. А може, і все це одночасно. Люб’язно залишивши пошук відповідей на питання про цілі цифрового ексібіціонізму психотерапевтам і священникам, перегорнемо це питання догори дригом: навіщо фоловерам і підписникам надто відвертих інтернет-персон дізнаватися про інтимні секрети та конфіденційні подробиці життя своїх улюбленців? Чи не викликає цифрова “оголеність” недоброзичливу усмішку, жалість або розчарування? Чи, навпаки, заздрість? А, може, щось на кшталт дурного післясмаку, що залишає скабрезний анекдот? Так чи інакше, прояви феномена цифрового ексібіціонізму, здеільшого, викликають зацікавленість і не залишають байдужими. Однак пов’язані вони, на нашу думку, переважно з негативними емоціями, будь то обурення, презирливий сміх, відторгнення або огида. Такими зізнаннями сьогодні важко здивувати. Усе важче стає таким чином викликати шок або раптовий наступ співчуття: таких історій в медіапросторі – нескінченна кількість. До того ж, больовий поріг щодо сприйняття емоційних мережевих сповідей сьогодні дуже високий. Тому цифрові ексібіціоністи змушені піднімати ставки все вище, переходячи, здавалося б, “всі межі припустимого” (екстрим-порно, прояви перверсії, насильницькі акції тощо). Але чи

існують взагалі ці межі і, якщо так, то чому вони постійно зміщуються та здаються невленими?

Прототиби брутальних експібіціоністських нарацій, що поширюються в сучасному аудіовізуальному інтернет-контенті, існували й в домережеву епоху: жанри сповіді, мемуарів і щоденників в історії літератури або автопортрети в історії живопису також припускали відвертість. Але достатньо порівняти їх із такими сміливими витівками, як, наприклад, жест простодушної “повсякденної екзальтації” відомої американської інтернет-персони, лайфкастерки і першої “вебкам-моделі” Дженніфер Рінглі, щоб збагнути, який стрибок здійснила ця традиція “самовикриття” під час диджитал-революції. У 1996-му, задовго до *Facebook Live* та *Instagram Stories*, що зробили нас сьогодні досить цинічними, ця 19-річна дівчина здійснила надзвичайно важливу річ: вона просто увімкнула веб-камеру, що стояла на комп’ютері в її кімнаті в гуртожитку коледжу. Ця камера була налаштована так, щоб робити фото з інтервалом кожні п’ять хвилин. 24 години на добу, 7 днів на тиждень Дженніфер (її іменують *camgirl* – “камера-дівчина”) незалежно від того, що вона робила, нон-стоп публікувала зображення в Інтернеті для всього світу (*Jennifer Ringley, 2023 [20]*). Цим, на перший погляд, абсолютно невинним вчинком, – вважає британська журналістка Алекс Кротоскі, – Дженніфер змінила сучасний світ (*Aleks Krotoski, 2016 [27]*). Протягом семи років, з 1996-го по 2003-й, Дженніфер публікувала у своєму блозі *JenniCam* наївні буденні чорно-білі фото/відеострими зі власної спальні, показуючи себе в прямому етері для незнайомців, але після однієї скандальної трансляції непристойного характеру проєкт Дженні було заборонено. До речі, цікаво, що одна із статей про цю дівчину – британського фотографа і письменника Віктора Бергіна – мала назву “Кімната Дженні: експібіціонізм і самотність” (*Victor Burgin, 2000 [10]*). Чи суперечать одне одному самотність та експібіціонізм, що є принципово публічною дією? На наше переконання, усамітненість, самозамкненість, самоізоляція, зосередженість на внутрішніх переживаннях, з одного боку, та їхня, здавалося б, протилежність – цифрова експібіціоністська відкритість до зовнішнього світу – є проявами одного й того ж самого феномена. Точніше, їх пов’язує причинно-наслідковий зв’язок: цифровий експібіціонізм і є наслідком удаваної втечі від відчуття самотності.

У цифровому експерименті Дженніфер не бачила своїх глядачів, але була перманентно потенційно видимою для них. Як відомо, незнайомим людям відкритися простіше, ніж близьким. Глядачі могли спостерігати або не спостерігати за нею: вибір був за ними, а не за дівчиною, яка насправді хотіла, щоб вони за нею споглядали.

Невпинно. Без втоми. Тотально. Хіба це не продовження ідеї того самого “паноптикону”, де “Всевидячим Оком” спочатку був Бог, потім – наглядач бентамівської в’язниці, де наглядач може спостерігати за в’язнями, залишаючись для них невидимим (*Jeremy Bentham, 2011 [7]*), потім – усі ті, хто має владу “наглядати й карати” у дисциплінарних суспільствах (*Michel Foucault, 1995 [18]*), ну, а потім – одиниці, десятки, сотні, тисячі, мільйони анонімних інтернет-спостерігачів соціуму “взаємного цифрового контролю”?

Глядацький досвід, як визначив ще психоаналітик Жак Лакан, заснований на практиці вуаеризму, задоволенні від підглядкування, що є однією з основ психоаналітичних теорій медіа (*Christian Metz, 1982 [32, p. 58–69]*). У цифрову епоху вуаеризм стає тотальною практикою завдяки новітнім медіа. Смартфон чи інший цифровий гаджет є вікном в чуже життя, можливістю в будь-який момент зануритися в інтимний досвід іншого і прожити його, але водночас і стати таким іншим, презентувати своє життя в цифрових медіа. Таким чином, сучасна людина цифрової епохи одночасно стає і вуаеристом, і експібіціоністом: підглядає і демонструє. Практика експібіціонізму засновується на утопічному бажанні розчинити своє біологічне життя в утопії цифрової культури, стати безтілесним образом, що буде циркулювати в цифрових мережах. Стати чистим образом-задоволенням, що ще не залучений до порядку символічного, з його суворими правилами, і до режиму уявного, вільного від обмежень стадії дзеркала, – чіткої ідентифікації власного тіла з цілісним образом себе. Але також важливо розуміти, що подібне становлення цифровим образом навряд чи можна інтерпретувати в категоріях номадизму, детериторизації і звільнення за Жилем Дельозом (*Claudio Celis Bueno, 2019 [9]*). Перетворення свого життя на цифрову виставу, бажання зробити своє приватне життя публічним може бути розглянуто як втілення новітніх антропологічних стратегій цифрової епохи, але водночас і як залучення до новітніх форм влади цифрового суспільства.

Ще в 1960-роки Гі Дебор описав феномен спектакулярності, відповідно до якого всі сфери життя людини перетворюються на суспільну виставу (*Guy Debord, 2021 [14]*). Дебор намагався описати еру телебачення, але цифрова епоха підсилює спектакулярність і занурює її в найінтимніші сфери існування людини. Експібіціонізм стає життєвою стратегією людини цифрової епохи. Більше того залученість життя до цифрових медіа стає ознакою справжньої присутності: як писав колись Вільям Мітчелл, перефразуючи відоме висловлювання Рене Декарта, “я в мережі, отже я існую” (*William J. Mitchell, 2004 [33]*). Водночас важливо пам’ятати про критичну настанову Дебора, адже ми повинні розуміти, що презента-

ція інтимного в публічній сфері завжди є рішенням, що слідує відповідним трендам або домінуючим настановам. Тому тут виникає питання про межу справжнього/ симуляційного: чи справді людина, що оголює своє інтимне життя в соцмережах, робить власний вибір, а не слідує складеним цифровим трендам і програмним алгоритмам? Чи можлива тут взагалі розмова про справжність і чи не є головною метою цих презентацій отримання лайків і відповідна капіталізація мережевого акаунту? Чи не бачимо ми формування ринку «нової щирості», що втілює новітні капіталістичні стратегії цифрової доби? Можливість онлайн транслявати будь-яку сферу свого життя змушує людину постійно відчувати погляд Іншого, оцінювати значення і цінність кожної своєї дії з точки зору публічної презентації. З одного боку, цей процес ніби є ознакою тотальної демократизації публічної сфери сучасності: кожен може стати зіркою, як казав колись художник Енді Воргол. Але з іншого боку, можливо, перед нами – продовження розвитку паноптичної моделі суспільства, винайденої, за Мішелем Фуко, ще в XIX сторіччі і заснованої на новітніх стратегіях влади, що проникають в найінтимніші сфери життя людини, конструюючи її «практики себе» (*Michel Foucault, 1995 [18]*). Суспільство кінця XX – початку XXI століть може бути описано терміном Дельоза «суспільство контролю»: влада тут не є суто ієрархічною, вона є дисперсною і розсіяною, але це робить її стратегії більш гнучкими і тотальними [*Gilles Deleuze, 1992 [15]*]. Інстаграм-блогери, ютуб-стримери, тікток-контентмейкери створюють симуляцію інтимності, завжди вже включену в стратегії суспільства контролю і цифрові алгоритми, що їх розповсюджують. Ця багатоока віртуальна спільнота для цифрового експібіціоніста є натовпом безликого або багатолікого (хоча іноді – і «фальшиволикого», бо ховається за масками аватарок) планетарного мережевого гіперспостерігача – аморфного, географічно невизначеного, незнайомого.

Так в епоху цифрового експібіціонізму «паноптикон» Джеремі Бентама перетворюється на те, для чого в медіатеорії є своя назва – «перцептрон». Це поняття починаючи з середини минулого століття означало математичну або комп'ютерну модель перцепції, тобто сприйняття інформації мозком. Однак на початку 1990-х французький «катастрофічний мислитель» Поль Віріліо вклав у це поняття новий сенс, напроорочивши перемогу над природним людським зором «машини бачення» (*la machine de vision*), – штучного всесвітнього «перцептрону», позбавленого суб'єктності технологічного мистецтва бачити так далеко, «наскільки сягає око» (*Paul Virilio, 2020 [41]*). «Тепер уже не я, а речі на мене дивляться», – цитує Віріліо вислів художника Пауля

Клее, аналізуючи зв'язок соціального простору та оптичних медіа. Висуваючи гіпотезу про існування «бачення без погляду», французький мислитель стверджує, що «перцептрон» функціонує немов електронна кора головного мозку. У майбутньому, як прогнозував Віріліо, логічним завершенням процесів поширення всіляких технічних протезів сприйняття, що керуються комп'ютером, стане планетарний «перцептрон» – штучна всесвітня «машина бачення» (*Paul Virilio, 1994 [43]*). Соціальні медіа багато в чому вже і сьогодні стають такою «машиною бачення» – забавною нікчемною іграшкою для задоволення амбіцій одиноких експібіціоністів ери гіпертранспарентності, які просто бояться собі зізнатися в тому, що їхнє життя нікому не цікаве.

У феномена цифрового експібіціонізму, на нашу думку, є, як мінімум, три головних ідеолога і, відповідно, три ключових джерела. По-перше, це кредо лайфлогінгу, себто «оцифровування повсякденності» та створення електронних щоденників, представлене у фундаментальній праці «Ваше життя завантажено» (*“Your Life, Uploaded”*) американо-австралійського вченого, дослідника у галузі комп'ютерних наук, письменника і апологета технологій створення цифрових двійників Гордона Белла, який закликає фіксувати та зберігати в мережі всі електронні сліди свого життя (*Gordon Bell, 2010 [5]*). По-друге, це програмний «Маніфест кіборгів» каліфорнійської вченої Донни Ґаравей, яка описує інтернет-мешканців як «всюдисущих і невидимих», таких, екрани і камери яких «робляться з сонячного світла» [1, с. 167]: саме звідси беруть початок унікальні технічні винаходи для цифровізації повсякденності – від натільних комп'ютерів до окулярів-відеокамер із доповненою реальністю *Digital Eye Glass*, – що були сконструйовані, апробовані та впроваджені екстравагантним канадським інженером, професором, апологетом прозорості та справжньою «людиною-кіборгом» Стівом Менном, автором теорій «сенсорної сингулярності» та «кіберлогінгу» (*Steve Mann, 2001 [29]*). По-третє, це ідея абсолютної відкритості власного життя, втілена в реальність американцем японського походження, автором першого у світі «моблогу» та апологетом практик перманентного фотостримінгу, директором *MIT Media Lab* і Центру радикальних трансформацій Дзєїті Іто, у США більш відомим під іменем Джой Іто, якого вважають «адвокатом емерджентної демократії, конфіденційності та свободи Інтернету» (*Joichi (Joy) Ito, 2016 [25]*). Ці три джерела цифрового експібіціонізму зумовили його теоретичну і практичну філософію – «феорію» і «праксіс» соціальної транспарентності сучасної медіакультури.

Ідеологи та зірки стратегії тотальної інформаційної відкритості стають не тільки «провокаато-

рами” (у кращому сенсі цього слова), але й вчителями соціальної прозорості, надаючи практичні уроки власного мережевого експібіціонізму, такі як, наприклад, 150 тисяч фото, 750 тисяч оцифрованих сторінок тексту і 20 тисяч повідомлень електронної пошти у започаткованому ще у 1988 році особистому відкритому е-архіві Гордона Белла, який, до речі, є автором книжки з характерною назвою *Total Recall* – “Пригадати все” (*Gordon Bell, 2009 [6]*), або психологічний експеримент, що провів над собою “техаський кібервідлюдник” Мітч Меддокс – колись відомий інтернет-персонаж із медійним псевдонімом *DotComGuy*, який протягом одного року (року Мілленіуму) буквально проектував у мережу всі подробиці та перипетії свого усамітненого життя, не виходячи зі свого будинку в Далласі (*Mitch Maddox, 2023 [16]*) і тим самим немовби передбачаючи майбутні практики вимушеної самоізоляції під час пандемії COVID-19: у далекому 2000 році їжу, воду, ліки та інші предмети першої необхідності “публічний медіаанахорет” *DotComGuy* замовляв онлайн, демонструючи своїм численним фанам, як можна жити наодинці з самим собою.

“Майбутнє”, як колись помітив канадський письменник-фантаст американського походження, автор трилогії “Кіберпростір” і винахідник стилю “кіберпанк” Вільям Гібсон, – вже тут (“*already here*”), воно просто нерівномірно розподілено: “*It’s just not evenly distributed*” (*William Gibson, цит. по: Joy Ito, 2016 [25, р. 25]*). Зухвалі екзистенційні експерименти Гордона Белла, Стіва Менна, Дженніфер Рінглі, Джоя Іто, Мітча Меддокса та багатьох їхніх послідовників слугують яскравими аргументами на користь того, що “абсолютна прозорість соціуму” – не абстрактний вимисел, не наївна легенда, а “майбутнє, що вже наступило” і частково присутнє в теперішньому як розсип справжніх історій реальних людей, які ще на самому початку ери цифрової транспарентності перетворили самих себе на її епатажних концептуальних персонажів.

Чим є такі кричущі кейси цифрової наготи, ці вражаючі маніфестації цифрового експібіціонізму: аномалією чи трендом, девіацією чи новою нормою? На нашу думку, відповідь мала би бути обережно діалектичною: цифрова відвертість деяких трохи дивакуватих харизматиків не тільки на межі тисячоліть, але і сьогодні є аномалією, однак такою, що перетворюється на тренд, – девіацією, що формує нову норму. За останні десятиліття ми спостерігаємо невидане зростання ступеня прозорості суспільства: камери спостереження, електронні браслети, системи тотального стеження та контролю, доведених до абсурду “цифрового Гулагу”. Стала вже майже не трюїзмом думка про те, що немає нічого більш кошмарного, ніж реалізація утопій. Ймовірно, не виключенням є і уто-

пія “паноптикону”, що сьогодні стає одночасно і жаданим, і жахливим втіленням образу в’язниці тотальної спостережуваності.

Умовно виділимо три кроки еволюції цифрового експібіціонізму. Латентною фазою генези цього феномена будемо вважати ідеї та технічні винаходи лайфлогінгу, що беруть початок в медіакulturі кінця 1970-х років (Стів Менн), умовною датою народження цифрового експібіціонізму – 1996-й (рік експерименту Дженніфер Рінглі), а періодом його розквіту – описані та апробовані Джоем Іто практики тотального стрімінгу (live streaming, або потокового відео), що поширились на початку XXI століття та сьогодні стали ледь не повсякденністю (ймовірно, першою масштабною спробою відрефлексувати явище відеострімінгу з точки зору не його технологічної специфіки, а його культурної значущості як практики потокової фіксації життя мережевих суб’єктів є колективна монографія *Streaming Video* за редакцією Аманди Д. Лотц і Рамона Лобато (*Amanda D. Lotz, Ramon Lobato, 2023 [38]*). Перед нами – майже півстоліття розгортання цифрової утопії паноптикону суспільства контролю.

Однак слід погодитися з тим, що розвиток технологій, що роблять медіакulturу більш прозорою, суттєво впливають також і на те, щоб зробити її більш захищеною, закритою: ті ж самі технології допомагають медіакulturі ставати все більш і більш непрозорою (див., наприклад, захищену в Маастріхському університеті дисертацію у галузі стратегічного маркетингу і міжнародного бізнесу Йорга Зесака “Темна сторона персоналізації: як збір і використання персональних даних впливають на конфіденційність, персоналізацію та готовність до транзакцій” дослідника та (*Jörg Ziesak, 2012 [44]*). Чи не може виявитися, що соціум, на перший погляд, прозорий, насправді таким не є, а сама його прозорість є спокусою та оманом? Може, його транспарентності заважають не тільки самі простакувати і доброзичливі жителі віртуальної реальності (у якій, як колись мріяв Вільям Гібсон, будуть циркулювати електронні дані всіх комп’ютерів світу), юзери всіх типів і мастей: інтернет-наркомани і вебмани, “нейроманти” і “нейрократи”, геймери, випадкові мандрівники та інтернет-залежні (уражені хворобою IAD), які іноді готові (чи то внаслідок помилки, чи спеціально) поділитися з мережевими друзями конфіденційною інформацією?

Цифрові експібіціоністи створюють фантомну реальність. І тут логічно знову звернутися до думок Поля Віріліо, який в одній зі своїх найпесимістичніших робіт, “Інформаційна бомба”, писав про “драму комунікації”, що веде до “катастрофи реального”. Вона полягає у “втраті світом реальності” (*Paul Virilio, 2006 [42]*). Можна втратити ключ, мобільний телефон, лептоп. Можна

втратити пам'ять, віру, кохання. Але ці локальні втрати – ніщо у порівнянні з глобальною “втратою реальності”. Йдеться не про окремих індивідумів, а про сучасну медіакультуру в цілому. Це світова трагедія планетарного масштабу, породжена диджитальною революцією. За думкою Вірілію, “стереореальність” світу, що складається, з одного боку, з дійсної, первісної реальності безпосередніх видимостей і, з іншого – з віртуальної реальності медійних проявів (*trans-apparences*), породжує “оманливість феноменів і крах видимого”, що в цілому можна назвати “стратегією обману”. Однак повернемося до предмету наших роздумів.

Недовіра сучасним медіа як абсолютно раціональна, адекватна реакція людини на ситуацію зіткнення з можливістю обману: вірогідністю того, що представлена в медіа інформація може бути не зовсім достовірною, не зовсім повною і не зовсім об'єктивною, – реакція, яку б ми могли б назвати “герменевтичною підозрою” або “когнітивним сумнівом”, створює епістемічний бар'єр для існування соціальної прозорості в епоху цифрового ексібіціонізму. Сподіваємося, що цей бар'єр є не якоюсь нездоланною перешкодою, а усього лише домінуванням тих чи інших динамічних когнітивних установок і “звичок свідомості”, що зумовлюють своєрідну цифрову онтологію соціальної прозорості, точніше – онтологію неможливості тотальної соціальної прозорості в еру диджитал. Нemoжливості “*тотальної*” соціальної прозорості чи тотальної “*неможливості*” прозорого соціуму? Відповідь на це питання залежить від надто багатьох факторів, тому поки що залишимо його риторичним.

Крім епістемічної перешкоди для існування прозорості соціуму існують й інші, важливе місце серед яких посідає соціально-психологічний бар'єр. Задля того щоб зрозуміти його специфіку, поставимо питання: що заважає людині бути прозорою у цифровому просторі з соціально-психологічної точки зору? Сором інформаційної “оголеності”? Страх бути “роздягненим” і тому здаватися смішним, потворним, курйозним? Чи не звідси народжується бажання прикрити свою наготу одягами реальних або вигаданих захисних соціальних оболонок? Мимоволі пригадуються ледь не з біблійних часів циркулюючі у просторі історії ідей роздуми про те, як між собою пов'язані нагота, сором і страх. Однак нас цікавить нагота не фізична, а соціальна. Зазвичай, поняття “публічної наготи” (*public nudity*), або “соціальної наготи” (*social nudity*), використовуються у гуманітарному дискурсі для позначення практик оголеності у публічних місцях (натуризм і нудизм), імплікацій сприйняття природної наготи з позицій суспільної моралі (Марк Сторі, Ліз і Джеймс Еггер та ін.). Заклики позбутися “боязні бути роздягненим” і навчитися жити оголеним “без

сорому” (*without shame*) – так, як наївна дитина, як Адам і Єва до вигнання з Едему – дещо схожі на новий руссоїзм з його бунтом проти цивілізації та технологій (див., наприклад, роботу “Голий страх: міфи про антигіло, фобії, марення та божевілля скромності” шотландського вченого Школи соціальних і політичних наук Університету Глазго Денніса Крейга Сміта: *Dennis Craig Smith, 2010* [37]). В епоху диджитал ідеал натурального, органічного життя в едемський наготі цілком міг би слугувати психологічним виправданням і концептуальним кредо для мільйонів “цифрових ексібіціоністів”, звичайно ж, якщо витлумачувати поняття “соціальної наготи” в іншому сенсі, як інформаційну прозорість інтернет-користувачів у суспільному медіапросторі, їхню взаємну видимість, відкритість один для одного через символічне знання меж між приватним і публічним. З цієї точки зору цифровий ексібіціонізм є не чим іншим як бажанням хоча б ілюзорно подолати соціальну ізоляцію, символічним поверненням до дитинства, до едемського єднання через створення мережевим суб'єктом у медійному просторі фантомів його “соціальної наготи”.

І тут ми впритул підходимо до загадки соціально-психологічних, морально-правових і культурних наслідків боязні оголення, що має назву “нудофобія” (іноді її ще називають “гімнофобією”). Цифрова нудофобія як патологічний страх перед власною та чужою наготою є протиположністю цифрового ексібіціонізму. Ставлення до своєї та чужої цифрової наготи можуть суттєво різнитися. Чи заважає страх власної інформаційної “роздягненості” бажанню спостерігати за цифровим “самооголенням” інших? Ще два десятиліття тому, аналізуючи медіаправові аспекти роботи цілодобових вебсайтів із відеокамерами для дівчаток у Всесвітній Павутині, а також телевізійних шоу, таких як “Джеррі Спрінгер”, або реаліті-шоу, таких як “Копи”, доктор комунікацій Стенфордського університету, доцент кафедри комунікацій і права Університету штату Пенсільванія Клей Калверт назвав США “нацією вуаеристів” (*voyeur nation*). Позиція автора висловлена надто категорично та узагальнено. Ми стали глобальним світом вуаеристів, – стверджує Калверт, – ми любимо спостерігати за іншими, коли розкриваються їхні інтимні моменти, їхні приватні факти, їхні таємниці та брудна білизна (*Clay Calvert, 2000* [12]). Попри прямолінійність і односторонність таких суджень, в них фіксуються ретельно відслідковані автором важливі медіапсихологічні повороти та перцептивні трансформації сучасного суспільства. Напевно, сьогодні “цінність вуаеризму”, апологетом якої виступав Калверт, поширилася далеко за межі американської культури – на весь гіпермедіатизований всесвіт. Варто підкреслити, що сьогоднішній телевізійний або онлайн-ву-

аеризм є синонімом не прямого, а “опосередкованого споглядальництва”, – того, що американський дослідник влучно іменує словосполученням “медіатизований вуаеризм” (*mediated voyeurism*) [там само]. Чим більше відкриває себе особистість у цифровому просторі, тим частіше і більш зацікавлено вона спостерігає за іншими, і навпаки: чим менше людина полюбляє “підглядати” за життям інших, тим більш стриманою є і у своїй власній мережевій репрезентації.

Такий медіатизований вуаеризм неодмінно слідує тінню за цифровим ексібіціонізмом і, на нашу думку, є явищем, багато в чому спричиненим тим, що ми могли б умовно назвати “цифровою нудофобією”. Цифровий ексібіціонізм і цифрова нудофобія пов’язані дуже тісно. Може здаватися дивним, що майже в один і той же час у суспільстві співіснують два нібито антиномічних твердження: ми є і “цифровими ексібіціоністами”, і “цифровими нудофобами”. Однак, на наш погляд, ці твердження не суперечать, а доповнюють одне одного. Більше того, не помилкою було би припустити, що вони нескінченно провокують існування одне одного. А це сигніфікує не стільки наявність паліативної “золотої середини” між опозиціями, скільки конфліктну поетику їхнього співіснування у просторі сучасної медіакультури. Ще Гете колись помітив, що між полюсами протилежностей немає золотої середини – між ними є проблема. У нашому випадку це проблема зняття опозицій відкритості/закритості, прозорості/непрозорості, цифрового ексібіціонізму / цифрово нудофобії через їхнє парадоксальне співпадіння.

**Висновки.** Отже, нами окреслено ключові напрями концептуалізації феномена цифрового ексібіціонізму як інструменту формування транспарентності сучасної медіакультури, – транспарентності, що в той же самий час виявляється утопічною, нездійсненою мрією. Результати проведеного дослідження можна представити в таких положеннях. Нами надано авторське визначення поняття “цифровий ексібіціонізм” (головними семантичними маркерами якого є тенденція до перманентного заміщення фізичної реальності її диджитальними фантомами та ілюзія зникнення межі між приватним і публічним у просторі соціальних медіа), а також здійснено спробу систематизувати основні теоретичні підходи до розуміння цього феномена, що спираються на концепції транспарентності (від Джанні Ваттімо і Девіда Бріна до Акіко Буш, Бюн-Чул Хана та Ісаака Нахон-Серфаті), ідеї “панотпикону” (від Джеремі Бентама до Мішеля Фуко), теорію “перцептрона” Поля Віріліо та концепцію “нетнографії” Роберта Козинця. За допомогою “оптичного прицілу”, сконструйованого з цих аналітичних підходів, маємо достатньо підстав для того, щоб більш точно визначити

наш дослідницький ракурс, зацентрувавши увагу на медійному аспекті розуміння феномена цифрового ексібіціонізму, а точніше – стати на ментальну тропку, що пролягає поміж медіаепістемологією, медіаантропологією, медіасоціологією та філософсько-культурологічними рефлексіями над диджиталізацією сучасної культури.

Обраний концептуальний інструментарій дозволив нам окреслити особливості телеології та ідеології цифрового ексібіціонізму, що тримається, як мінімум, на “трьох китах”: 1) кредо лайфлогінгу, представленому у праці “Ваше життя завантажено” Гордона Белла, 2) ідеї “всюдисущих і невидимих” інтернет-мешканців, описаних у “Маніфесті кіборгів” Донни Ґаравей, розвинутій Стівом Менном у власних теоріях “сенсорної сингулярності” та “кіберлогінгу”, 3) апології “перманентного стримінгу” Джоя Іто). Ми здійснили спробу проаналізувати генезу та еволюцію явища цифрового ексібіціонізму, виокремивши три її кроки: від експериментів винахідника натільного комп’ютера Стіва Менна, що розпочалися ще з кінця 1970-х років (і продовжуються досі, приростаючи знахідками у галузі оптичних окулярів і доповненої реальності), через ризикований досвід “цифрового самооголення” Дженніфер Рінглі та Мітча Меддокса в останнє десятиліття минулого століття до сучасних практик тотального відеостримінгу.

Нарешті, нами надано власну інтерпретацію розуміння феномена “медіатизованого вуаеризму” (Клей Калверт) і визначено вектор наростаючої протидії цифровому ексібіціонізму, а саме: доведено, що в сучасній медіакультурі у якості стратегії подолання цифрового ексібіціонізму зростає страх “публічної наготи” (цифрова “нудофобія”), завдяки якому мережеві суб’єкти прагнуть зберегти конфіденційність – захистити своє цифрове правесі та/або залишитися невидимими. Таким чином, поєднання протилежностей орієнтованого на стрімкий розвиток технологічних інновацій цифрового ексібіціонізму, з одного боку, і його консервативного антагоніста: боязні “цифрової оголеності”, – з іншого, надають ключ для розуміння “третього шляху” поєднання протилежних полюсів у формуванні настільки ж бажаної, настільки й удаваної транспарентності сучасної медіакультури.

### Література

1. Гаравей Д. Маніфест кіборгів: наука, технології та соціалістичний фемінізм / пер. з англ. Надії Парфан. *Політична критика*. 2012, № 3. С. 163–171.
2. Кастельс М. Політика Інтернету II : приватність та свобода в кіберпросторі // Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / пер. А. Б. Волкова, Е. Г. Ганиш. Київ : Ваклер, 2007. С. 168–187.

3. Ahearn F. How to Disappear: Erase Your Digital Footprint, Leave False Trails, And Vanish Without A Trace. Lyons Press, 2019. 208 p.
4. Arendt H. The Human Condition / introduction by Margaret Canovan. 2nd ed. Chicago, IL : University of Chicago Press, 2018. 380 p.
5. Bell G., Gemmell J. Your Life, Uploaded: The Digital Way to Better Memory, Health, and Productivity. New York, NY : Plume, 2010. 304 p.
6. Bell G., Gemmell J. Total Recall : How the E-Memory Revolution Will Change Everything. Boston, MA : Dutton Adult, 2009. 304 p.
7. Bentham J. Panopticon (Preface) // Bentham J., Bozovic M. The Panopticon Writings. 2nd ed. London : Verso, 2011. P. 29–95. (Radical Thinkers).
8. Brin D. The Transparent Society: Will Technology Force Us To Choose Between Privacy And Freedom? New York : Basic Books, 1999. 384 p.
9. Bueno C. C. From Spectacle to Deterritorialisation: Deleuze, Debord and the Politics of Found Footage Cinema // Deleuze and Guattari Studies. 2019. No. 13(1). P. 54–78.
10. Burgin V. Jenni's Room: Exhibitionism and Solitude. *Critical Inquiry*. The University of Chicago Press, 2000. Vol. 27, No. 1. P. 77–89.
11. Busch A. How to Disappear: Notes on Invisibility in a Time of Transparency. London, UK : Penguin Books, 2020. 224 p.
12. Calvert C. Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in Modern Culture. New York, NY : Basic Books, 2000. 240 p.
13. Davies B. How to Disappear and Never Be Found: The Ultimate Guide to Privacy, Security, and Freedom. New York, NY : Skyhorse, 2019. 224 p.
14. Debord G. The Society of the Spectacle / transl. from French by Fredy Perlman, Ken Knabb. New York : Critical Editions, 2021. 128 p.
15. Deleuze G. Postscript on the Societies of Control / transl. from French // *October*. 1992. Vol. 59. P. 3–7.
16. DotComGuy Fan Page. URL : <https://urgo.org/dotcomguy/> (дата звернення: 02.03.2025).
17. Fau M. E. Summary of "The Transparent Society" By Gianni Vattimo. B09MLC3PNP, 2021. 33 p. (Summaries of Social Sciences).
18. Foucault M. Discipline & Punish: The Birth of the Prison / transl. from French by Alan Sheridan. London ; New York : Vintage Books, 1995. 333 p.
19. Giddens A. The Transformation of Intimacy. Sexuality, Love, and Eroticism in Modern Societies. Redwood City, CA : Stanford University Press, 1993. 216 p.
20. Jennifer Ringley. Biography. URL : <https://www.imdb.com/name/nm1478850/> (дата звернення: 02.03.2025).
21. Castells M. Advanced Introduction to Digital Society. Cheltenham, UK : Edward Elgar Publishing, 2024. 168 p. (Elgar Advanced Introductions series).
22. Han B. The Transparency Society / transl. from German. Redwood City, Ca: Stanford Briefs, 2015. 152 p.
23. Hand M. Making Digital Cultures: Access, Interactivity, and Authenticity. New York ; London : Routledge, 2016. 198 p.
24. Hughes C., Turner T. Software Transparency: Supply Chain Security in an Era of a Software-Driven Society. Hoboken, NJ : Wiley, 2023. 336 p.
25. Ito J., Howe J. Whiplash: How to Survive Our Faster Future. New York, NY : Grand Central Publishing, 2016. 321 p.
26. Kozinets R. Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research. Los Angeles, CA : SAGE Publications Ltd; 3rd edition, 2019. 472 p.
27. Krotoski A. Jennicam: The first woman to stream her life on the internet // BBC News. October 17, 2016. URL : <https://www.bbc.com/news/magazine-37681006> (дата звернення: 02.03.2025).
28. Maltzan M., Idenberg F. Social Transparency: Projects on Housing. New York, NY : Columbia Books on Architecture and the City, 2016. 144 p. (GSAPP Transcripts, 6).
29. Mann S. Cyborg: Digital Destiny and Human Possibility in the Age of the Wearable. Toronto, Ontario : Doubleday of Canada, 2001. 304 p.
30. Matthews J. Guardians of Transparency: Illuminating the Path of Body Cameras for a Safer Tomorrow. Independently published, 2023. 208 p.
31. McLuhan M. Understanding Media. 2nd ed. Abingdon, OX : Routledge, 2001. 400 p. (Routledge Classics).
32. Metz Ch. Psychoanalysis and Cinema: The Imaginary Signifier / transl. from French. New York, London : Palgrave Macmillan, 1982. 327 p.
33. Mitchell W. J. Me++: The Cyborg Self and the Networked City. New York, London, 2004. 269 p.
34. Morariu M. Public and Private in the Anthropology of Hannah Arendt // *Agathos: An International Review of the Humanities and Social Sciences*. 2011. Vol. II, No. 2. P. 146–150.
35. Munar A. M. Digital Exhibitionism: The Age of Exposure // *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*. 2010. Vol. 2(3), P. 401–422.
36. Nahon-Serfaty I. Strategic Communication and Deformative Transparency. Abingdon, Oxfordshire : Routledge, 2020. 112 p. (Routledge Focus on Communication Studies).
37. Smith D. C. Naked Fear: Anti-Body Myths, Phobias, Delusions, and the Madness of Modesty. Glasgow, UK : Ultraviolet Press, 2010. 239 p.
38. Streaming Video / ed. by Amanda D. Lotz, Ramon Lobato. New York, NY : NYU Press, 2023. 376 p. (Critical Cultural Communication).
39. Valenzuela A. L. The Connecting Leader: In the Age of Hyper-Transparency, Interconnectivity and Media Anarchy, How Corporate Leaders Connect Business with Society. Austin, TX : Lioncrest Publishing, 2018. 244 p.
40. Vattimo G. The Transparent Society / transl. from Italy. New York : Polity, 1992. 129 p.
41. Virilio P. Art and Fear' and 'Art as Far as the Eye Can See' / transl. from French by Julie Rose. London, UK : Bloomsbury Academic, 2020. 128 p. (Bloomsbury Revelations).
42. Virilio P. The Information Bomb / transl. from French. 2nd ed. New York, NY : Verso, 2006. 160 p. (Radical Thinkers).
43. Virilio P. The Vision Machine / transl. from French. Bloomington, IN : Indiana University Press, 1994. 96 p. (Perspectives).
44. Ziesak J. The Dark Side of Personalization: How Personal Data Collection and Data Use influence Privacy

Concerns, Personalization and Willingness to Transact. Munich : GRIN Verlag, 2012. 78 p.

#### Анотація

**Стародубцева Л. В., Петренко Д. В. Цифровий експібіціонізм у сучасній медіакulturі. – Стаття.**

Статтю присвячено концептуалізації феномена цифрового експібіціонізму як інструменту формування (не)транспарентності сучасної медіакulturі. Надано авторське визначення поняття “цифровий експібіціонізм”, головними семантичними маркерами якого є тенденція до перманентного заміщення фізичної реальності її диджитальними фантомами та ілюзія зникнення межі між приватним і публічним у просторі соціальних медіа. Здійснено спробу систематизувати основні теоретичні підходи до розуміння цього феномена, що спираються на концепції транспарентності (від Джанні Ваттімо і Девіда Бріна до Акіко Буш, Бюн-Чул Хана та Ісаака Нахон-Серфаті), ідеї “паноптикону” (від Джеремі Бентама до Мішеля Фуко), теорію “перцептрона” Поля Віріліо та концепцію “нетнографії” Роберта Козинця. За допомогою “оптичного прицілу”, сконструйованого з цих аналітичних підходів, визначено власний дослідницький ракурс, що зумовлений акцентуацією уваги на медійному аспекті розуміння феномена цифрового експібіціонізму і дозволяє стати на ментальну тропку, що пролягає поміж медіаепістемологією, медіаантропологією, медіасоціологією та філософсько-культурологічними рефлексіями над диджиталізацією сучасної культури.

Обраний концептуальний інструментарій дозволив окреслити особливості телеології та ідеології цифрового експібіціонізму, що тримається, як мінімум, на “трьох китах”: 1) кредо лайфлогінгу, представленому у праці “Ваше життя завантажено” Гордона Белла, 2) ідеї “всюдиущих і невидимих” інтернет-мешканців, описаних у “Маніфесті кіборгів” Донни Ґаравей, розвинутій Стівом Менном у власних теоріях “сенсорної сингулярності” та “кіберлогінгу”, 3) апології “перманентного стримінгу” Джоя Іто). Здійснено спробу проаналізувати генезу та еволюцію явища цифрового експібіціонізму, виокремлено три її кроки: від експериментів винахідника натільного комп’ютера Стіва Менна, що розпочалися ще з кінця 1970-х років (і продовжуються досі, приростаючи знахідками у галузі оптичних окулярів і доповненої реальності), через ризикований досвід “цифрового самооголення” Дженніфер Рінглі та Мічча Меддокса в останнє десятиліття минулого століття до сучасних практик тотального відеостримінгу.

Надано власну інтерпретацію розуміння феномена “медіатизованого вуаеризму” (Клей Калверт) і визначено вектор наростаючої протидії цифровому експібіціонізму, а саме: доведено, що в сучасній медіакulturі у якості стратегії подолання цифрового експібіціонізму зростає страх “публічної наготи” (цифрова “нудофобія”), завдяки якому мережеві суб’єкти прагнуть зберегти конфіденційність – захистити своє цифрове правесі та/або залишитися невидимими. Таким чином, поєднання протилежностей орієнтованого на стрімкий розвиток технологічних інновацій цифрового експібіціонізму, з одного боку, і його консервативного антаго-

ніста: боязні “цифрової оголеності”, – з іншого, надають ключ для розуміння “третього шляху” поєднання протилежних полюсів у формуванні настільки ж бажаної, настільки й удаваної транспарентності сучасної медіакulturі.

**Ключові слова:** вуаеризм, медіакultura, паноптикон, приватність, прозорість, публічність, соціум, цифровий експібіціонізм, соціальні медіа, мережевий суб’єкт.

#### Summary

**Starodubtseva L. V., Petrenko D. V. Digital exhibitionism in contemporary media culture. – Article.**

The article is dedicated to conceptualizing the phenomenon of digital exhibitionism as a tool for shaping the (non)transparency of contemporary media culture. The author provides a definition of “digital exhibitionism”, whose key semantic markers include the tendency to permanently replace physical reality with its digital phantoms and the illusion of the disappearance of the boundary between private and public in the realm of social media. The study attempts to systematize the main theoretical approaches to understanding this phenomenon, drawing on concepts of transparency (from Gianni Vattimo and David Brin to Akiko Busch, Byung-Chul Han, and Isaac Nahon-Serfaty), ideas of the “panopticon” (from Jeremy Bentham to Michel Foucault), Paul Virilio’s “perceptron” theory, and Robert Kozinets’ concept of “netnography.” Using the “optical lens” constructed from these analytical perspectives, the research establishes its own methodological angle, emphasizing the media aspect of digital exhibitionism. This approach allows the study to navigate a conceptual path between media epistemology, media anthropology, media sociology, and philosophical-cultural reflections on the digitalization of contemporary culture.

The chosen conceptual framework enables an outline of the teleology and ideology of digital exhibitionism, which rests, at a minimum, on three pillars:

1. The credo of lifelogging, represented in Gordon Bell’s work “*Your Life Uploaded*.”

2. The idea of “ubiquitous and invisible” internet dwellers, described in Donna Haraway’s “*Cyborg Manifesto*”, further developed by Steve Mann in his theories of “sensory singularity” and “cyberlogging.”

3. The apology of “perpetual streaming” articulated by Joi Ito.

An attempt is made to analyze the genesis and evolution of the phenomenon of digital exhibitionism, distinguishing three stages: 1) from the experiments of wearable computer inventor Steve Mann, which began in the late 1970s and continue today with advancements in optical glasses and augmented reality; 2) through the risky experiences of “digital self-exposure” by Jennifer Ringley and Mitch Maddox in the last decade of the 20th century; 3) to the contemporary practices of total video streaming.

The article offers an original interpretation of the phenomenon of “mediatized voyeurism” (Clay Calvert) and identifies the growing resistance to digital exhibitionism. Specifically, it argues that in contemporary media culture, the fear of “public nudity” (digital “nudophobia”) is emerging as a strategy to counteract digital exhibitionism.

This fear drives online individuals to protect their digital privacy and/or remain invisible. Thus, the combination of opposites of digital exhibitionism, focused on the rapid development of technological innovations, on the one hand, and its conservative antagonist: the fear of “digital nudity”, on the other, provide the key to understanding

the “third way” of the combination of opposite poles in the formation of the equally desired, equally feigned transparency of modern media culture.

*Key words:* digital exhibitionism, media culture, network subject, social media, society, panopticon, privacy, publicity, transparency, voyeurism.