

УДК 101.1

DOI 10.17726/phillIT.2020.1.2

## Топосы жизненного пространства и Интернет вещей в контексте движения к технологической сингулярности<sup>1</sup>

**Шаев Юрий Михайлович,**

*доцент, кандидат философских наук,  
Пятигорский государственный университет,  
Пятигорск, Россия*

*existentia20065@yandex.ru*

**Аннотация.** Данная статья посвящена анализу топосов жизненного пространства в контексте развития современных информационных технологий и Интернета вещей в процессе движения к сближению технологий и человека. Рассматриваются некоторые феноменологические аспекты топосов жизненного пространства: дома, потребления, некоторых аспектов политического участия, тела и телесности. Автор выделяет тенденции универсализации и кастомизации, обнаруживаемые в рамках бытования топосов, и показывает их диалектически-противоречивый характер в различных сегментах жизни современного человека. В рамках топоса «дома» анализируются технологии Интернета вещей и показывается частичная утрата интенции контроля, связанная с автономизацией процессов обеспечения жизнедеятельности. Топос потребления, претерпевающий трансформации, соотносится с тенденцией кастомизации потребностей, которая выходит в плоскость политического участия вместе с тенденцией усиления контроля и калькулируемости индивидов. Наконец, топос тела и телесности также обнаруживает взаимодействие тенденций некоего технологического универсализма и кастомизации. Делаются некоторые футурологические прогнозы и даются оценки тенденциям в рамках топосов жизненного пространства, которые имеют место на пути движения к технологической сингулярности — точке сближения технологий и человека.

**Ключевые слова:** топос, Интернет вещей, информационные технологии, кастомизация, технологическая сингулярность.

---

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках поддержанного фондом грантов Президента РФ исследовательского проекта «Интернет вещей в контексте трансгуманизма: анализ онтологических оснований» МК-6507.2018.6.

## Topoi of living space and Internet of things in the context of moving to technological singularity

**Shaev Yury M.,**

*Associate Professor, PhD in Philosophy,  
Pyatigorsk State University,  
Pyatigorsk, Russia*

*existentia20065@yandex.ru*

**Abstract.** This research is aimed to analyze the topoi of living space in the context of the development of modern information technologies and the Internet of things in the process of moving towards man and technology convergence. The author analyzes some phenomenological aspects of topoi of living space: home, consumption, some aspects of political life, body and corporeality. The author highlights the trends of universalization and customization in the framework of the existence of topoi and shows their dialectically contradictory nature in various segments of modern man's life. In the framework of the topos «at home», the technologies of the Internet of things are analyzed and a partial loss of the intention of control is represented (which is associated with the autonomy of life supporting processes. The topos of consumption is suffered the transformation and correlated with the trend of needs customization, which goes to the plane of political life along with the tendency to strengthen control and calculability of individuals. Finally, the topos of the body and corporeality reveals the interaction of the trends of a certain technological universalism and customization.

The author makes some futurological predictions and evaluate trends in the framework of topoi of living space, that take place on the way to technological singularity — the point of convergence of technology and man.

**Keywords:** topos, Internet of things, information technologies, customization, technological singularity.

Современные информационные технологии существенно меняют жизнь современного человека. Многие изменения происходят у нас на глазах, и не все из них удастся теоретически переосмыслить. Значительными темпами развиваются технологии Интернета вещей, который проникает сейчас практически во все сферы жизни.

Интернет вещей и конвергентные технологии становятся факторами трансформации практически всех процессов в современном обществе и повседневных практик человека. Мы рассмотрим некоторые топосы жизненного пространства современного человека и попытаемся проследить трансформации, которым они подвергаются, роль Интернета вещей и конвергентных технологий в данных трансформациях.

Цель работы состоит в рассмотрении феноменологии некоторых топосов жизненного пространства в контексте движения к синтезу человека и технологий.

Под топосами жизненного пространства мы будем понимать некие смысловые единства, соотносимые с практиками современного человека. К числу таких топосов можно отнести топос «дома» и домашнего пространства. Исторически топос дома соотносился с пространством и системами взаимодействий человека с его «ближайшей» окружающей средой повседневной жизни, включающей как физические объекты (сама физическая домашняя среда), так и процессы жизнедеятельности: принятие пищи, сон и отдых, развлечения, гигиена и др. С развитием современных технологий домашний топос претерпевает серьезные изменения: концепция «умного дома» постепенно превращается из проекта и мечты во вполне реальные коммерческие предложения и инженерно-дизайнерские решения, которые воплощаются в жизнь. В рамках данной концепции возможна автоматическая регуляция микроклимата, освещения, «умный» дом может быть оснащен «умным» холодильником с датчиками и элементами искусственного интеллекта, которые анализируют потребление продуктов. Помимо этого, распространены «умные» браслеты и часы, способные следить за здоровьем и активностью человека во время бодрствования и сна. Хотя «умный» браслет предполагает его ношение владельцем, который не всегда оказывается дома, тем не менее, он может быть связан с пространством дома и практиками, соотносимыми с нахождением дома (например, сон и отдых, анализ их качества). Большинство из этих технических решений предполагают использование технологии потребительского Интернета вещей, которая соотносится с саморегуляцией устройств, их обменом информацией друг с другом с различной степенью участия человека. Как отмечают специалисты, степень участия человека в управлении «умным домом» будет снижаться, будет внедряться большее количество элементов

искусственного интеллекта, что повлечет усиление автономизации процессов. В недалеком будущем возможна ситуация почти тотальной цифровизации и даже превращения человека, разумеется в аспекте его потребностей, действий, в один из узлов сети, некое подобие еще одной «вещи» в системе вещей, взаимодействующих и объединенных в сети. В этой ситуации возможна трансформация человеческого «Я», по крайней мере, частичное изменение его феноменологии в аспекте утраты контроля над определенными сферами своей деятельности.

Исторически интенция контроля была присуща человеку во многих сегментах его жизни и, в первую очередь, в бытовых вопросах — вопросах выбора пищи, режима сна и отдыха, вида деятельности и пр. Управление транспортными средствами тоже было сферой, в которой проявлялась интенция контроля. Современные решения в рамках технологии Интернета вещей интегрированы в системы беспилотной навигации и управления, уже сейчас используются беспилотные автомобили, хотя и не повсеместно. С точки зрения социально-феноменологической, в перспективе широкого использования беспилотных автомобилей, возможна такая ситуация, при которой находящийся за рулем человек не будет чувствовать того, что он в действительности управляет автомобилем. В данной разновидности повседневных практик важной для человека остается возможность ощущения некоей полноты своего «Я». По мнению некоторых исследователей, человеку бывает присуща особая связь со своим автомобилем, чувство продолжения себя в автомобиле, что, например, выражается в том, как могут быть описаны проблемы, связанные с его автомобилем: «У меня полетела трансмиссия» [1, с. 75]. В подобных обстоятельствах возможна некая феноменология утраты контроля над частью своих повседневных практик. Исследователи традиционно связывают интенцию контроля во фрейдистском духе с мужскими потенциями и автомобиль рассматривают либо как продолжение мужской сущности, либо в качестве некой сублимационной замены. В любом случае, часто именно автомобиль связывают с мужскими гендерными образами, он отражает мужские интенции, связанные с контролем, управлением, неслучайно уже стал классическим бодрыйровский сюжет о лишении прав как форме «социальной кастрации» [2, с. 75]. Другие исследователи противопоставляют топосу дома топос автомобиля, указывая на тот факт, что истори-

чески дом был местом, где главенствовала женщина, по крайней мере, в рамках доступных примеров в европейской культуре. Как нам представляется, сейчас уже затруднительно говорить о четкой гендерной «маркировке» физических и смысловых пространств поля повседневных практик. Все чаще, например, можно встретить объявления о продаже или аренде в крупных мегаполисах «дизайнерских лофтов для успешных холостяков». В этом плане «дом» и «автомобиль» можно рассматривать как некое единое пространство удобного жизненного ритма, особенно если учитывать те функции, которыми оснащены современные автомобили премиального сегмента, соотносимые с домашним комфортом. В аспекте этого расширенного топоса «дома» как пространства удобства и жизни ключевыми могут выступать комфорт и автономность процессов. С такой позиции утрата контроля и ее феноменологическая фиксация человеком может стать психологической и экзистенциальной проблемой. Возможно, что данная экзистенциальная проблема будет усиливаться в контексте движения к технологической сингулярности — некоему состоянию максимальной близости человека и технологий, о которой говорят трансгуманистически настроенные теоретики [3; 4].

Еще одной тенденцией, наряду со снижением контроля, является тенденция кастомизации топосов жизненного пространства современного человека. Что касается топосов дома и расширенного домашнего пространства комфорта, повседневных практик, то можно говорить о кастомизации мебели, предметов интерьера, дизайна. Сама по себе кастомизация как тенденция зародилась в сфере маркетинга и промышленного производства. Первоначально маркетологи задумались о создании товаров и услуг, соотносимых с индивидуальными запросами потребителей [5, с. 190: 6, р. 1]. Сейчас же некоторые исследователи рассматривают кастомизацию в виде парадигмы [7]. Если ранее производители соотносили потребление с идеей соответствия потребителя некоему образцу, стилю жизни, демонстрируемому популярной моделью, либо во главу угла ставилась лояльность самому бренду как символу определенного стиля жизни и типа потребления, то сейчас все большую популярность приобретает потребление в контекстах повседневных практик человека, если дело касается предметов одежды и обуви и других товаров. Потребители в лице, например, популярных блогеров могут сами экспериментировать и создавать свои «луки»,

комбинации товаров или оригинальные способы их использования. Несмотря на то, что сами социальные аспекты потребления сохраняют свою актуальность, что удачно описано известными теоретиками (манифестация социального статуса, либо репрезентация движения к таковому) [8, с. 68–69], часто фокус внимания смещается на характеристики самих товаров, их соотнесение с индивидуальностью самого потребителя.

Условно можно выделить топос потребления в контексте повседневных практик использования товаров и их качеств в относительной автономии от тех социальных эффектов и эффектов престижа, о которых писали классики [9]. В целом усиливается значимость материальных вещей в структурах повседневности в относительной обособленности от социальных эффектов, кастомизация касается как дизайна жизненных локусов, так и самих товаров и услуг [10]. Технологические новинки, предполагающие использование технологии Интернета вещей, часто предусматривают именно возможность адаптации к индивидуальному потребителю с учетом его особенностей. Стоит отметить, что кастомизация может рассматриваться в связи с распространением технологий 3D-печати, которые получили бурное развитие за последние несколько лет. По мнению специалистов, распространение таких технологий способно кардинальным образом преобразовать модели производства товаров и потребления, то есть существенным образом преобразовать топосы дома и потребления. Традиционная экономическая модель в рамках рыночного хозяйства, которая доминирует в большинстве стран, предполагала, да и сейчас во многом основывается на серийном производстве, которое является ключевым для большинства экономик. Развитие же технологий 3D-печати связано с возможностью создания в домашних условиях объектов и устройств повседневного пользования, бытовой техники, мебели. Не только футурологи, но и специалисты в области медицины говорят даже о возможном использовании 3D-принтеров для «печати» органов и частей тела в будущем [11, с. 43], что означает трансформацию не только производства, но также практик лечения и медицины в целом. Возможно, такие перспективы в будущем могут быть реализованы в домашних условиях, хотя в ближайшей перспективе это сопряжено с рядом сложностей. По сути, появляется возможность некоей децентрализации топосов жизни, это касается топоса дома в первую очередь, топоса потребления, ко-

торый тоже, безусловно, будет видоизменяться. Сама экономическая система тоже будет подвержена серьезным трансформациям, в условиях расширения возможностей технологий и способов их использования.

Итак, мы выделили две тенденции: феноменология относительной утраты контроля в ситуации распространения умных гаджетов и устройств и кастомизация повседневных практик в рамках топосов дома и потребления. Эти тенденции кажутся противоречивыми, однако здесь, как нам представляется, имеет место диалектическое противоречие: с одной стороны, это стягивание субъектом своего «Я» и перестройка топосов повседневности под свои индивидуальные характеристики, с другой же стороны — осознание своей «встроенности» в технологический универсум. Данные тенденции мы обнаруживаем и в рамках топоса, который можно условно назвать топосом «политического участия». В настоящее время он тесно связан с повседневностью и обнаруживает логику и принципы некой «внутренней» экономики, соотносимые с локусами повседневного жизненного пространства.

Политика в целом и политические технологии в частности все в большей степени ориентируются на биополитические принципы и механизмы воздействия и поддержания процессов легитимации элит. Традиционно в рамках политического дискурса и праксиса использовались как дискурсивные методы легитимации власти, регулирования самого политического процесса (лозунги, политические программы, избирательный процесс в аспектах его вербальной и невербальной риторики, либо, например, дискурсивные моменты ритуальных практик легитимации власти в рамках монархии). Биополитические механизмы, связанные, например, с регулированием жизненных циклов, соотносимых с армейской службой, способами регулирования форм проживания и работы в больших человеческих коллективах: системы образования и воспитания, массовой медицины, социального обеспечения, — существовали наряду с первыми, это хорошо описал, например, М. Фуко [12; 13; 14]. Сейчас же, в условиях развития технологий и движения к некоему человеко-машинному синтезу, значение биополитических технологий возрастает, так как дискурсивные методы политического воздействия устаревают.

Все в большей степени политики вынуждены ориентироваться на выбор конкретного индивида, его потребности и желания: если

ранее биополитические технологии воздействовали на жизненные аспекты с учетом административно-силовых методов, то сейчас все чаще эти методы не срабатывают, как и традиционный политический дискурс в виде абстрактных политических программ. О некоей индифферентности в отношении вопросов политического участия и активной политической борьбы говорят и многие социальные теоретики современности. Например, С. Жижек рассуждает о том, что «политическая» энергия молодых поколений уходит «внутрь» — прочь от сферы политики и политической борьбы, в области «создания» себя — бодибилдинг, спорт [15, с. 11–14]. Индивид требует к себе повышенного внимания, учета его потребностей (которые чаще всего конкретны), желаний. В этом плане абстрактная политическая риторика может постепенно исчезать с горизонта политики как таковой. Возрастает внимание к таким политическим и биополитическим технологиям, которые учитывают интересы индивидов, их «локальность» и опираются на развитие современных информационных технологий. Отдельные исследователи даже утверждают о смене типа политического участия как такового в недалекой перспективе: на смену фиксированной государственной принадлежности может прийти практика выбора политической и гражданской идентичности. Существует, правда в виде футуристического проекта-размышления, концепция некоего сервисного государства, в условиях которого, проголосовав за определенные политические силы, индивид может получать тот уровень свободы/поддержки, который предполагается в рамках формата той или иной политической партии или группы [16]. В этих условиях возрастает значимость информационных технологий, в частности технологий, связанных с анализом данных, используемых в современных маркетинговых разработках. Некоторые авторы говорят даже о биополитическом маркетинге [17].

Современные маркетинговые технологии позволяют детально проанализировать и составить достаточно полное описание представителей целевых групп, соотносимых с предлагаемыми товарами и услугами, посредством анализа запросов в поисковых машинах, членства в тематических сообществах в рамках социальных сетей, использования умных гаджетов, подключенных к сети Интернет. Как отмечают специалисты, с помощью технологий Интернета вещей это можно сделать практически мгновенно [18, с. 343]. Данные технологии могут быть использованы в политической

практике, с учетом того, что кастомизированные потребности и интересы требуют подобного формата калькуляции. Помимо внимания к индивиду, технологии Интернета вещей и в данном случае содержат вторую часть диалектической диადы: утрату контроля со стороны самого индивида. Вполне возможно распространение повсеместного контроля не только в сфере системы наблюдения с использованием камер и идентификации, но и некоторых технологических решений на основе нейроалгоритмов, применяемых, например, в рамках приложения «Viewsy». Данная программа позволяет анализировать уличный трафик, поведение посетителей магазина, интегрируя данные с релевантными демографическими показателями, графиком работы персонала, данными о погоде. Можно упомянуть приложение «Location Genius», в рамках которого возможен сбор данных об определенном месте на карте: алгоритмы данной программы способны фиксировать продолжительность нахождения людей в определенном месте, вместе с анализом социальных сетей, покупок и поведения потенциальных потребителей [18, с. 346]. Помимо этого, существуют проекты муниципальных онлайн-сервисов, которые, помимо предоставления данных и онлайн-услуг, могут собирать информацию о жителях города [19].

Тесно связанной с проблемами дихотомии кастомизации/контроля в отношении топоса потребления является проблема топоса человеческого тела и его включения в практики кастомизации с учетом развития технологий и движения к телесно-технологическому синтезу. Сам топос тела являлся исторически одним из важнейших, определяющих во многих аспектах жизнь человека. Повышается внимание к человеческому телу, становятся распространёнными хирургические операции по изменению формы лица и телесных пропорций. Молодые люди все больше внимания уделяют фотографическим качествам своего тела и, в целом, образа. С развитием социальных сетей, которые ориентированы на фотографический контент, появляются тенденции, связанные с фетишизацией определенных образов, например женского тела (пышные формы, полные губы), которые становятся популярными в среде рядовых пользователей социальных сетей. Эти образы могут не соответствовать (и чаще всего не соответствуют) «классическим» представлениям о красоте, выработанным в рамках стандартов модельной сферы, вполне возможным становится обретение

популярности людьми с особенностями во внешности и тем, что в традиционном понимании можно расценивать как недостатки. Такие тенденции могут свидетельствовать о некоей кастомизации топоса тела, принятия и манифестации особенностей как инобытия красоты, полноты жизни и целостного отношения к себе. Топос телесности как таковой будет трансформироваться в условиях развития информационных технологий и их слияния с человеком. Данный синтез видится ученым в различных аспектах, которые отражают множество измерений информационных технологий и современных технологий вообще: вычислительно-интеллектуальных, материально-технологических, социально-технологических. Несмотря на признание факта стремительных изменений в рамках общества, технологического универсума, топосов, нет единства во взглядах специалистов относительно того, каким образом будет достигаться соединение технологий и человеческого существа в его различных проявлениях. Это один из основных пунктов критики трансгуманизма как движения, исследовательского поля и своего рода исследовательски-прогностической оптики. Данный аспект особенно четко проявляется в отношении взглядов, соотносимых с телесным топосом и его бытованием в современном культурном, научном и информационном пространстве.

Тело и телесность в недалеком будущем, по мнению трансгуманистов, должны подвергнуться технологическим изменениям для улучшения качеств и функционала. Каким именно образом это возможно и в каких масштабах это может быть реализовано — пока не вполне ясно, однако уже довольно давно существуют различные образы, как в рамках футурологических проектов, так и в рамках массовой культуры, связанные с киборгизацией человека, использованием имплантатов и других технологических усовершенствований. Ряд мыслителей полагает, что технологический симбиоз должен носить характер улучшения свойств и качеств самого тела, посредством использования генной инженерии, разработки и применения ноотропных препаратов для улучшения высших психических функций человека, пластической хирургии. В любом случае, как правило, говорится о неких абстрактных возможностях, связанных с «улучшением» (в англоязычной терминологии — «human enhancement»), совершенствованием, не всегда в соотнесении с феноменологией трансформаций телесности, их бытованием в повседневных и общественных практиках.

Мы упомянули аспект кастомизации, как концептуальный вектор трансформаций топоса тела и телесности. Помимо этого, можно было бы выделить и проблему бытования андроидов — роботов, имеющих облик, приближенный к внешнему виду человека. Данная проблема касается феноменологии оппозиции «человеческое/искусственное». Где та граница, которая отделяет одно от другого? Будет ли человек, состоящий, например, из 70 или выше процентов модифицированного тела, считаться человеком в будущем, по аналогии с известным логическим парадоксом новизны? Как таковой индивид будет восприниматься в повседневных практиках? Здесь можно упомянуть проблему «цифрового колониализма» — даже сейчас человек не может себя представить в одном ряду с андроидом и относиться к андроиду на равных (несмотря на то, что по многим параметрам антроиды либо уже, либо в не таком уж далеком будущем смогут быть близки человеческим существам). Подобное отношение вообще характерно для своего рода колониальной логики — логики «продвижения вглубь», использования неизвестных территорий в качестве ресурса, материала, который включается в расчеты исследователя-колонизатора-завоевателя [20]. С похожей проблематикой приходится сталкиваться, в частности, в рамках биоэтики. Сейчас человек еще не готов рассматривать, например, субъектность антроида как таковую, располагая последнего скорее в категории «умных вещей». Данную проблему даже можно назвать выходящей за рамки телесного образа антроидов и рассматривать вообще как «колониализм» в отношении вещей как таковых, о чем размышлял Б. Латур, создавая свой образ «парламента вещей» [21, с. 227–230].

В этих условиях сложно спрогнозировать направления и трансформации тела и телесности как топоса — каким образом будут соотнесены в повседневных практиках и в рамках «идеологического» пространства (если таковое будет существовать) человеческое тело без изменений, модифицированное «изнутри» и извне (с учетом применения, например, имплантатов) и человекоподобные машины. Здесь возникают вопросы не только биологического, технологического, медицинского характера, но и этические и эстетические — последний пункт обычно следует в конце теоретических построений, хотя, учитывая тенденции кастомизации, и он может оказаться весьма важным. Весьма существенно, в каких формах человек будет модифицировать свое тело и какими моти-

вами руководствоваться: индивидуальными представлениями об эстетическом и своим пониманием «необходимого и достаточного функционала», либо готовыми решениями, если таковые будут существовать на рынке новшеств, как, например, сейчас существуют решения в области Интернета вещей. И здесь также встает проблема этой «технологической вилки» — кастомизация либо универсализм.

### Литература

1. *Корнев В. А.* Философия повседневных вещей. М.: United Press, 2011. 253 с. (Kornev V.A. Philosophy of everyday things. M.: United Press, 2011. 253 p.)
2. *Бодрийяр Ж.* Система вещей. М.: Рудомино, 1995. 168 с. (Baudrillard J. The System of Objects. M.: Rudomino, 1995. 168 p.)
3. *Lazarus S* The Day After the Singularity: UFOs & the Great Technological Quantum Leap [Kindle DX version]. Retrieved from Amazon.com, 2020.
4. *Панов А. В.* Завершение планетарного цикла эволюции? // Философские науки. 2005. № 3. С. 42–49. (Panov A. V. The end of the global cycle of evolution // Filosofskie nauki. 2005. № 3. P. 42–49.)
5. *Вапнярская О. И.* Генезис и современные подходы к определению кастомизации // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 6 (53). С. 189–201. (Vapnyarskaya O.I. Genesis and modern methods for defining customization // Seris v Rossii i za rubezhom. 2014. № 6 (53). P. 189–201.)
6. *Hara T., Sakao T., Fukushima R.* Customization of product, service, and product/service system: what and how to design // Mechanical engineering reviews. 2019. Vol. 6. № 1. P. 1–20.
7. *Tiihonen J., Felfering A.* An introduction to personalization and mass customization // Journal of Intelligent Information Systems. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10844-017-0465-4> (дата обращения: 15.10.2019).
8. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика, 2006. 269 с. (Baudrillard J. The Consumer Society: Myths and Structures. M.: Respublika, 2006. 269 p.)
9. *Веблен Т.* Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 367 с. (Veblen Th. The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. M.: Progress, 1984. 367 p.)
10. *Arora T., Drèze X., Ghose A.* Putting One-to-one Marketing to Work: Personalization, Customization, and Choice // Marketing papers. URL: [https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1251&context=marketing\\_papers](https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1251&context=marketing_papers) (дата обращения: 14.11.2019).
11. *Васкес Г. Д.* Использование технологии 3D-печати в медицине // Достижения науки и образования. 2017. № 1 (14). С. 42–44. (Vasquez G.D. The usage of 3D printing technology in medicine // Dostizheniya nauki i obrazovaniya. 2017. № 1 (14). P. 42–44.)
12. *Фуко М.* Рождение биополитики. Курс лекций, прочитанных в Кол-

- леж Де Франс в 1978–1979 учебном году. СПб.: Наука, 2010. 448 с. (Foucault M. Naissance de la biopolitique: Cours au College de France (1979–1979). SPb.: Nauka, 2010. 448 p.)
13. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М.: Ad Marginem. 1999. 480 с. (Foucault M. Surveiller et punir: Naissance de la Prison. M.: Ad Marginem. 1999. 480 p.)
  14. Фуко М. Рождение клиники. М.: Смысл, 1998. 310 с. (Foucault M. Naissance de la clinique. M.: Smysl, 1998. 310 p.)
  15. Жижек С. Кукла и карлик: христианство между ересью и бунтом. М.: Европа, 2009. 336 с. (Žižek S. The Puppet and the Dwarf: The Perverse Core of Christianity. M.: Evropa, 2009. 336 p.)
  16. Weinersmith Z. Polystate A Thought Experiment in Distributed Government. [Kindle DX version]. Retrieved from Amazon.com, 2013.
  17. Zwick D., Bradshaw A. Biopolitical Marketing and Social Media Brand Communities // Theory, Culture & Society, 2016. Vol 33. Iss. P. 91–115.
  18. Сычева О. С., Якушин В. В. Интернет вещей как движущая сила маркетинга // Торгово-экономический журнал. 2016. № 4. С. 341–348. (Sycheva O. S., Yakushin V. V. Internet of things as a driving force of marketing // Torgovo-ekonomicheskij zhurnal. 2016. № 3(4). P. 341–348.)
  19. Bueno A. de O. From Smart Cities to Social Cities: Technology to Support Community Life // CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, 2016. P. 198–202.
  20. Shaev Y., Samoylova E. Phenomenology of androids: between human and non-human // Proceedings of 2019 IEEE 2nd International Conference on Information and Computer Technologies (ICICT). 2019. P. 261–265.
  21. Латаур Б. Нового времени не было. Эссе по симметричной антропологии. СПб.: Изд-во Европейского ун-та в С.-Петербурге, 2006. 240 с. (Latour B. Nous n'avons jamais été modernes: Essai d'anthropologie symétrique. SPb.: Izd-vo Evropejskogo un-ta v S.-Peterburge, 2006. 240 p.)