

АГЕНТНОСТЬ И ОТЧУЖДЕНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО КАПИТАЛИЗМА

Диджитализация и медиатизация оказывают на капитализм трансформирующее влияние, и одним из его последствий становится коммодификация коммуникации. На современном этапе развития капитализма, который зачастую обозначается исследователями как цифровой капитализм, коммуникация приобретает значение одного из ключевых нематериальных товаров. Одновременно с этим сам акт коммуникации начинает выступать в качестве субститута труда в том смысле, что он является деятельностью, обеспечивающей функционирование капиталистической системы в изменившихся условиях. Онлайн-коммуникация предполагает поддержание глобальной информационно-коммуникационной сети, ее наполнение контентом интернет-пользователями (его создание, обмен им, его распространение). Данный субститут характеризуется аффективностью и, как правило, не оплачивается. Ресурсами, на основе которых действует и воспроизводится сеть, являются время и внимание пользователей, их творческие и когнитивные усилия, их личные данные, предоставляемые в обмен на возможности интерактивной коммуникации.

В концепции коммуникативного капитализма Джоди Дин [1], детализирующей специфику цифрового капитализма, есть указание на возникновение в нем отчуждения: основными выгодополучателями здесь являются крупные медиакомпании, эксплуатирующие ресурсы пользователей. С одной стороны, она говорит о рефлексивности сетевой коммуникации: медиасети создаются и наполняются благодаря усилиям их пользователей, именно это позволяет сетям непрерывно воспроизводиться [2, р. 95]. «Джоди Дин же радикально пересмотрела значение коммуникации, переместив ее в новые информационные сети и представив как событие, лишённое содержания. Она понимала под этим не только безответный коммуникативный акт, но и любое действие в сети: переход на сайт, просмотр рекламы или чтение утренних новостей» [3, с. 239]. В таких условиях сама коммуникация становится ресурсом, «топливом» для воспроизводства и работы сети. Вместе с тем, сеть организована так, что в ней легко стираются, размываются всяческие атрибуты авторства, субъектности; в череде воспроизводящих друг друга публикаций, как правило, происходит анонимизация контента, присваивание его сетью. Кроме того, на основании своего

присутствия в сети пользователь включается в пространство больших данных, предоставляя собственную личную информацию, дальнейшее использование которой он не может контролировать. Учитывая его практически перманентную включенность в медиасреду, можно говорить о размывании, а зачастую и о стирании границы между свободным и рабочим временем, трудом и досугом. Как утверждает Дин, единицы связи, участвующие в информационном обмене, перестают быть просто сообщением; происходит смещение от сообщения ко вкладу – в интенсивную циркуляцию контента, т. е. акт коммуникации служит не только цели его субъекта, он трансформируется в ресурс, питающий сеть. Это сближает онлайн-коммуникацию (на различных уровнях – от массовой до самокоммуникации (по М. Кастельсу)) с отчужденным трудом. Прежде всего, отчуждение здесь возникает ввиду обретения сообщением своей социальной предметности (*Entäußerung* – в гегелевском смысле объективации). В цифровом капитализме особое значение имеет т. н. технологический фетишизм (по аналогии с товарным фетишизмом К. Маркса): технологически опосредованная медиакommunikation обретает все большее значение в жизни общества, наделяется подчиняющей силой, оказывающей на пользователя аффективный эффект. Важно подчеркнуть, что сеть включает в себя акторов различной природы – как человеческих субъектов, так и технологические объекты (техносоциальные). В связи с последними уместно вспомнить понятие К. Кнорр-Цетиной «эпистемический объект»: «это, прежде всего, объект знания и экспертной культуры. Именно эти объекты в обществе знания получают преимущества. Они составляют все большую конкуренцию человеческим отношениям. Объектные отношения, то есть отношения с неживыми вещами начинают конкурировать с человеческими отношениями и в определенной степени заменяют их» [4, с. 120]. Таким образом, эпистемический объект может становиться объектом привязанности. «Для субъекта эпистемический объект выступает как перманентно незавершенный, трансцендирующий, выходящий собственные пределы, тем самым порождая в субъекте желание (в лакановском понимании). Это желание никогда не удовлетворяется, но постоянно поддерживается в актуальном состоянии непрерывно возобновляющейся недостаточностью объекта. С нашей точки зрения, наглядно данный тезис может быть проиллюстрирован распространенной ситуацией увлеченности индивида социальными медиа в любом контексте, его фоновой включенностью в их поле и постоянной готовностью к отклику [5, с. 23].

По мере того, как коммуникация коммодифицируется, а общество медиатизируется, многие сферы жизни начинают ориентироваться

на ценности рынка и культуры зрелищ. Активно развиваются области, связанные с потреблением и развлечениями. А высокая скорость, одновременность и взаимозависимость в области электронных коммуникаций становятся предпосылками масштабной концентрации богатства. Возможности сверхприбыли в медиасфере как срезе рынка ведут к сверхмобильности капитала и девальвации значимости производства. Дж. Агамбен обращает внимание на то, что в настоящее время коммуникация, прежде призванная объединять людей, становясь автономной сферой и важным фактором в экономике, напротив разобщает, разъединяет. Он рассматривает ее как новое основание отчуждения [6, с. 115]

Вместе с тем, в социогуманитарной науке широко обсуждается идея эмансипационного потенциала социальных медиа. Особое внимание ученых привлекает, прежде всего, его политический аспект. Ряд исследователей медиа и общества оптимистично настроены по отношению к возможностям коннективности и активного действия онлайн-сообществ и иных сетевых субъектов. Однако в описанных выше условиях современной цифровой медиасреды идея агентности (agency) – способности пользователя, актора к самостоятельному действию – проблематизируется. «Коммуникативный капитализм обозначает ту форму позднего капитализма, в котором ценности провозглашенные центральными для демократии, обретают материальную форму в сетевых коммуникационных технологиях. Идеалы доступа, инклюзии, дискуссии и участия реализуются посредством расширений, интенсификаций и взаимосвязей глобальных телекоммуникаций. Но вместо того, чтобы привести к более справедливому распределению богатства и влияния, вместо того чтобы появилось большее разнообразие образов жизни и практик свободы, поток экранов и зрелищ подрывает политические возможности и эффективность большинства народов мира» (*перевод – Т. Е. Новицкая*) [1, р. 55].

Агентность и отчуждение в контексте коммуникативного капитализма оказываются взаимосвязанными: возможности агентности снижаются ввиду ограничивающего воздействия механизмов отчуждения. Дж. Дин, в частности, указывает на то, что интенсивная циркуляция разнообразного контента оказывает деполитизирующее влияние, поскольку исключает антагонизм, характерный для политического [1, р. 54].

Подход, согласно которому медиа рассматриваются как инструмент в руках социального актора, как доступная технология, служащая демократизации, существенно ограничен тем, что пользователь, будучи включенным в структуру социальных медиа, сам становится их необ-

ходимой частью, обеспечивающей воспроизводство. Кроме того, медиа становятся важным фактором его социализации, формируют его, оказывают влияние и на специфику его действия.

ЛИТЕРАТУРА

1 Dean, J. Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics // *Cultural Politics*. – Vol. 1. – № 1. – P. 51–74.

2 Dean, J. *Blog Theory*. Cambridge; Malden: Polity Press, 2010. 143 p.

3 Сафронов, Э. Е. Концепция коммуникативного капитализма Джоди Дин // *Знание. Понимание. Умение*. 2020. № 1. С. 236–247.

4 Платонова, С. И. Эпистемические объекты и социальные отношения в современном обществе // *Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина*. – 2018. – № 3. – С. 114–122.

5 Новицкая, Т. Е. Социотехнологическая основа функционирования медиaprостранства // Новицкая Т. Е., Серeda Ю. П., Никитина Ю. Ф. Взаимодействие субъекта и сетевого пространства в условиях медиатизации: социально-философский анализ / Институт философии НАН Беларуси. – Мн., 2019 (2021). – С. 22–26.

6 Agamben, G. *Means Without End: Notes on Politics*, trans. By V. Binetti and C. Casarino, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2000. – 156 p.

УДК [316.42 + 316.64 : 502/504] (476)

Н.Е. Захарова, зав. отделом социальной экологии и биоэтики,
канд. филос. наук
(Институт философии НАН Беларуси, г. Минск)

СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВЫЗОВОВ

Осмысление современного общественного развития характеризуется в первую очередь критическим отношением к мировоззренческому, социокультурному, экологическому наследию индустриальной эпохи и ценностным издержкам индустриализма в развитии человека и общества, с одной стороны, и упованием на спасительность реализации идеалов и ценностей постиндустриальной (информационной) цивилизации, с другой.

Перспективы развития человеческой цивилизации в современных социально-философских теориях ставятся в зависимость от положительного развития информационных и сетевых коммуникаций, ценностей технопрогресса и экономики посттруда и т. д.