Обзоры и рецензии

Василиса В. Шпоть

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

ORCID: 0000-0003-1431-5778

Коммуникативный капитализм Джоди Дин: эволюция одной социальной теории

doi: 10.22394/2074-0492-2021-1-222-239

Резюме:
Обзор посвящен анализу концепции новейшего коммуникативного капитализма, которую американский социальный теоретик и левая активистка Джоди Дин предложила в 2002 г. и последовательно развивает до сих пор. Коммуникативный капитализм — это экономико-идеологическая формация, при которой происходит конвергенция демократии, капитализма, сетевых технологий и медиа. В новых условиях основные демократические ценности материализуются в сетевых коммуникационных технологиях, поэтому коммуникативный капитализм полагается на эксплуатацию коммуникации. Это вызывает кардинальные изменения в характере сетевой коммуникации: теперь содержание сообщения не так важно, как сам факт «вклада» сообщения в постоянно «циркулирующий поток контента». В обзоре прослеживается эволюция концепции Дин, обозначаются ее ключевые положения и понятия, использованные для ее разработки: «интерпассивность» Славоя Жижека, лакановское «наслаждение» и «влечение», «любое» Джорджо Агамбена, «нулевой институт» Клода Леви-Стросса и другие. Автор приходит к выводу, что современные мировые события и тенденции в онлайн-коммуникации (твиттер- и фэйсбук-революции, рамки для аватарок на Facebook, онлайн петиции и опросы, хештеги, очень популярные аккаунты с большим числом подписчиков)

Шпоть Василиса Вителиевна — учебный ассистент факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Научные интересы: исследования медиа, критическая теория медиа, социальная теория, марксизм, цифровой капитализм. E-mail: vvshpot@edu.hse.ru

позволяют разглядеть высокий потенциал концепции как актуальной междисциплинарной теоретической оптики и методологического инструмента.

Ключевые слова: теория медиа, коммуникация, сети, коммуникативный капитализм, цифровой капитализм, марксизм, Джоди Дин

Vasilisa V. Shpot[1]

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Jody Dean's Communicative Capitalism: The Evolution of a Social Theory

Abstract:
This review is devoted to the recent concept of communicative capitalism introduced by American social theorist and left activist Jodi Dean in 2002. Communicative capitalism is a political-economic formation in which the convergence of democracy, capitalism, network technologies, and media occurs. Under these new conditions, the primary democratic values materialize in networked communication technologies, which leads to a reliance of communicative capitalism on the exploitation of communication. This causes a radical shift in network communication: now the fact of "contributions" to the "circulation of content" is more significant than the content of a message. The review traces the evolution of Dean's conceptual framework, outlines key aspects and ideas which were used for its elaboration (e.g. the Lacanian concepts of jouissance and drive, Slavoj Žižek's "interpassivity" and "post-politics", "whatever being" by Giorgio Agamben, "zero-institution" by Claude Lévi-Strauss). The author concludes that modern world events and trends in online communication (Twitter and Facebook Revolutions, frames for profile pictures on Facebook, online petitions, surveys and hashtags, very popular accounts with large numbers of followers) make it possible to discern the high potential of the framework as an eminently applicable interdisciplinary theoretical lens and methodological tool.

Keywords: Media Theory, communication, networks, communicative capitalism, digital capitalism, Marxism, Jodi Dean

Американский философ Фредрик Джеймисон [2019] в начале 1980-х предположил, что поздний капитализм становится неотделим от культуры. Сегодня из-за быстрого развития техно-

1 Vasilisa V. Shpot — Teaching Assistant at the Communication, Media and Design Faculty, HSE University, Moscow. Research interests: media studies, critical media theory, social theory, Marxism, digital capitalism. E-mail: vvshpot@edu.hse.ru

логий новые медиа стали неотъемлемой частью как жизни каждого человека, так и культуры общества в целом, поэтому тезис Джеймисона только подтверждается. Из-за трансформации информационно-коммуникационных технологий и повсеместной медиатизации, диджитализации и датафикации общества изменяется и характер капитализма. Поэтому многие исследователи стали обращать внимание на изменение капитализма в новой реальности и пытаться описать его особенности [Вайсман 2019; Павлов 2019; Срничек, Уильямс 2019; Samuels 2009]. Появилось множество концепций новейшего капитализма. Например, «информационный капитализм» медиатеоретика Кристиана Фукса [Fuchs 2008], «капитализм платформ» социального теоретика Ника Срничека [2019], «надзорный капитализм» социального психолога Шошаны Зубофф [Zuboff 2019]. В ряду ученых, которые концептуализируют современное состояние капитализма, важное место занимает Джоди Дин — социальный теоретик, философ, левая активистка. В 2002 г. она предложила авторскую концепцию «коммуникативного капитализма» и последовательно развивает ее до сих пор.

Коммуникативный капитализм — это экономико-идеологическая формация, при которой происходит конвергенция демократии, капитализма, сетевых технологий и медиа: в новых условиях основные демократические ценности материализуются в сетевых коммуникационных технологиях, поэтому коммуникативный капитализм полагается на эксплуатацию коммуникации. Это вызывает изменения в самом характере сетевой коммуникации: теперь содержание сообщения отходит на второй план, и важным становится лишь сам факт «вклада» (contribution) сообщения в «циркулирующий поток контента». При этом капитал характеризуется усилением конкуренции и неравенством [Дин 2017].

Несмотря на то что Дин предложила данную концептуальную рамку объяснения цифрового капитализма более 15 лет назад, современные мировые события и тенденции в онлайн-коммуникации (онлайн-митинги, дискуссии в Twitter и Facebook, твиттер- и фэйсбук-революции, онлайн-петиции, опросы, хештеги, рамки для аватарок на Facebook и проч.) позволяют разглядеть высокий эвристический потенциал концепции коммуникативного капитализма для социальной, политической и медиатеорий. Кроме того, в более поздних работах Дин уделяет внимание коммунизму, обращается к опыту СССР и иногда выступает на конференциях в России, что усиливает актуальность ее исследований для российского академического и даже общественно-политического дискурса.

В статье, посвященной анализу концепции коммуникативного капитализма, ее позиционированию и возможному применению в рамках теории медиа, российские социологи Дмитрий Гавра и Владислав Декалов [2018] приводят массив зарубежной литературы, авторы которой развивают [Mumby 2016; Fuchs 2012, 2020; Galloway 2012 и др.] или критикуют [Schwartz 2011; Hassan 2013; Gabardi 2003 и др.] положения Дин в рамках социальной, политической и медиатеории, что указывает на востребованность ее идей на Западе. В последнее время идеи Дин набирают популярность и в отечественной науке. Так, исследователи медиа Илья Кирия и Анна Новикова [2017] упоминают Дин в учебнике по теории и истории медиа. Ученые Гавра и Декалов посвятили не одну статью комплексному анализу идей Дин [Гавра, Декалов 2018; Декалов 2017]. Кроме того, в 2020 г. социальный теоретик Эдуард Сафронов [2020] написал о коммуникативном капитализме, в котором предложил детальный анализ концепции. Наконец, переводятся и тексты самой Дин: кроме цитируемого материала в журнале «Communications. Media. Design» в 2019 г. в «Логосе» на русском языке была издана оригинальная статья Дин.

Цель настоящего обзора — оценить эвристический потенциал концепции коммуникативного капитализма для медиатеории. Наша гипотеза заключается в том, что несмотря на акселерацию жизни и наличие более современных подходов к описанию текущей социальной формации, концепция коммуникативного капитализма обладает большим эвристическим потенциалом и может быть использована исследователями как актуальный методологический и теоретический инструмент. Заметим, что коммуникативный капитализм является междисциплинарной концепцией, однако настоящее исследование в большей степени проводилось в парадигме media studies, поэтому некоторым концептам из области социальной и политической теории, а также философии уделялось меньше внимания.

Генезис концепции коммуникативного капитализма

Исследовательская карьера Дин началась в 1996 г. Тогда была издана ее первая книга «Солидарность незнакомцев: феминизм после политики идентичности» [Dean 1996], в которой Дин обратилась к феминистской теории и ключевым проблемам современной политики. В 1998 г. вышла вторая работа Дин «Инопланетяне в Америке: из открытого космоса в киберпространство» [Dean 1998], посвященная теориям заговора. Дин рассматривает взаимосвязь инопланетного пространства, его образов в популярной культу-

ре с городскими легендами об инопланетянах, с компьютерными и коммуникационными технологиями, с политической пассивностью граждан и конспирологическим «параноидальным» мышлением в современной Америке. Она описывает феномен инопланетян в популярной культуре как результат техно-информационной революции, из-за которой объем и скорость генерируемой информации стали превосходить способность общества к формированию общего консенсуса относительно истины. Работа важна тем, что в ней Дин впервые обращается к теме медиа, сетевых структур и информационных технологий, а также изучает их роль в социальных процессах. В этой книге мы можем встретить некоторые идеи, которые впоследствии будут развиты в рамках концепции коммуникативного капитализма. Например, Дин уверена, что понимание инопланетян в современной Америке требует внимания не только к отдельным нарративам и историям, но и к практикам и технологиям, которые позволяют рассказывать эти истории.

Обратимся к главному периоду исследовательского пути Дин, а именно к формированию и развитию концепции коммуникативного капитализма. Социологи Гавра и Декалов [2018: 28, 29] предлагают делить работу Дин на три этапа: 1999–2005 гг. — оформление концепции, 2005–2012 гг. — детализация концепции, с 2012-го по настоящее время — появление активистских интенций в развитии концепции. Взяв за основу эту периодизацию, мы уделим особое внимание первым двум этапам работы исследовательницы, которые Сафронов [2020: 237] условно называет «теоретическими».

Дин впервые упоминает «коммуникативный капитализм» в 2002 г. в книге «Секрет паблисити: как технологии капитализируют демократию» [Dean 2002]. Она исследует, как медиа и технические средства влияют на «публичную» демократию, а точнее, заменяют традиционные демократические идеалы на паблисити (publicity). По ее мнению, распространение и интенсификация коммуникационных и развлекательных сетей порождают не демократию, а нечто иное — коммуникативный капитализм, который обращает коммуникацию в идеологию и товар [Ibid.: 3, 4]. В данных условиях публичное (the public), по мнению Дин, является всего лишь симуляцией участия народа в политических процессах. Коммуникативный капитализм подрывает политические возможности людей, а телекоммуникационные сети способствуют концентрации богатства и неравному распределению благ. В результате она призывает отказаться от паблисити ради демократии, вернее, ради становления неодемократии (демократии без паблисити) [Ibid.: 170-175].

На этом же этапе Дин описывает важнейшее свойство коммуникативного капитализма: она утверждает, что интернет и сеть становятся «нулевым институтом» коммуникативного капитализма — институцией без позитивной функции, которая означает институциональность как таковую [Ibid.: 167-169]. Автор этого концепта — антрополог Клод Леви-Стросс, однако Дин обращается к его доработанному варианту, который можно обнаружить в текстах Славоя Жижека [Zizek 2001].

В 2005 г. в журнале «Cultural Politics» вышла программная статья Дин «Коммуникативный капитализм: циркуляция и отчуждение политики», посвященная коммуникативному капитализму [Dean 2005: 51-74]. Ее отредактированная и доработанная версия вошла в книгу «Демократия и другие неолиберальные фантазии» [Dean 2009: 19-48]. В этих текстах Дин определят коммуникативный капитализм как форму позднего капитализма, в которой основные демократические ценности обретают материальное воплощение в сетевых коммуникационных технологиях. Помимо этого она объясняет, почему в эпоху, «прославленную коммуникациями», сети лишь деполитизируют общество, и описывает особенности коммуникативного капитализма через фантазии, которые его анимируют [Dean 2005: 55].

Почему сети являются глубоко деполитизирующими? Дин обращает внимание на то, что следует разделять политику как циркуляцию контента (блоги, телевизионные и радиопрограммы, в которых политики и активисты часто приходят с целью пиара и борются за гонорары и узнаваемость) и политику как официальную политическую стратегию (бюрократия, судебные процессы и проч.). Согласно идеалам либеральной демократии, коммуникация внутри публичной сферы (политика как циркуляция контента) должна влиять на официальную политику. Но в современной Америке наблюдается обратное: существенное расхождение между указанными направлениями. Кроме того, распространение средств массовой информации изменило сам характер политического участия: действия политиков стали более нацелены на паблисити и активное медийное присутствие, нежели на формирование партий и союзов [Ibid.: 52-55]. В такой ситуации распространение, ускорение и интенсификация коммуникативных возможностей не усиливает демократические права, а приводит к противоположному: постполитической формации коммуникативного капитализма. Дин делает оговорку, что не считает деполитизирующую функцию сетевых коммуникаций тотальной. По ее мнению, политическая эффективность сетевых медиа зависит от контекста, и иногда наш «вклад» может иметь существенное влияние [Ibid.: 53]. Дин предлагает авторский концепт для понимания коммуникативного капитализма. К нему относятся

фантазии, которые позволяют людям ощущать свои действия как политически важные: фантазия изобилия (abundance), активности или участия (activity or participation) и фантазия целостности (wholeness).

Фантазия изобилия возникла из-за роста возможностей обмена информацией. Фантазия изобилия подразумевает, что любое сообщение, которое передает коммуникатор, в совокупности с другими сообщениями становится большим потоком, из-за чего возникает переизбыток контента. Поэтому реципиент часто не может выделить необходимую информацию. Следовательно, коммуникационный акт в традиционном понимании становится невозможным. Таким образом, фантазия изобилия трансформирует сообщение (с его основными конститутивными чертами: контент, символическая форма, отправка адресатом, получение и декодирование реципиентом) во «вклад» (contribution) в бесконечную циркуляцию контента. Сам факт отправки сообщения в поток для поддержания круговорота информации — сделать репост, поставить реакцию на пост в Facebook, отметить друга в посте или оставить комментарий — становится важнее, чем смысл, качество и достоверность сообщения. В данных условиях циркуляция контента становится условием для принятия или отклонения этого вклада [Ibid.: 57-60]: некоторые публикации, например, инфлюенсеров и журналистов собирают большое количество лайков, репостов, в комментариях происходит активная дискуссия, иногда посты распространяются и в другие медиа, часто без указания авторства. Другие публикации, даже на резонансные темы, могут не получить отклик аудитории. Тем не менее намного важнее сделать их, внести вклад в циркуляцию контента. По мнению Дин, сообщения необходимо рассматривать с точки зрения потребительной стоимости, а вклады с точки зрения меновой стоимости: это позволит понять, почему одни сообщения (дебаты и дискуссии) все же бывают эффективными (что может показаться «асимметрией коммуникативного капитализма»). Дин объясняет: многие товары действительно нужны людям. Но товаром их делает не потребность людей в них, а их экономическая функция, роль в капиталистическом обмене. Так же и с сообщениями: система, коммуникативная сеть, через которую распространяются сообщения и воспроизводится коммуникативный капитализм, намного важнее, чем сами сообщения [Ibid.: 59].

Фантазия активности или участия заставляет людей верить, что их вклад в циркуляцию контента (комментарий, пост, участие в опросе) имеет «субъективный регистрационный эффект» — дает уверенность, что онлайн-действие значимо и способно повлиять на что-либо. Когда пользователь делает публикацию на Facebook

и просит поделиться мнением или же делится ссылкой на петицию на Change.org с просьбой подписать ее, он верит, что данное действие действительно имеет смысл. Но на самом деле это не так. Чтобы объяснить такую мнимую активность, Дин обращается к концепту «интерпассивности» Жижека [2005]. Интерпассивность заключается в фактическом бездействии человека, в то время как вместо него функционирует нечто другое — фетиш-объект [[Dean 2005: 60].

Дин обращает внимание и на роль технологий в политической интерпассивности. Технологии работают как фетиш и помогают скрыть наше бессилие и ощутить себя активными гражданами: технология действует вместо нас и позволяет людям оставаться политически пассивными. Другая особенность технологического фетиша заключается в том, что он охватывает отсутствие или недостаток социального порядка, защищая иллюзию единства [Ibid.: 61-63]. Чтобы проиллюстрировать это, Дин ссылается на исследования Джошуа Гамсона [Gamson 2003], который рассматривает, как сайты для геев, «безопасные пространства» для данного сообщества, используются компаниями для продажи релевантных товаров и услуг. По такому же принципу коммерциализируются, например, и фанатские сообщества. Специализированные сайты и группы в социальных сетях являются фетишем, они скрывают коммерческий контекст и позволяют пользователям чувствовать связь с другими.

Технологический фетиш может действовать через три операции: конденсацию, смещение и форклюзию. Говоря о конденсации, Дин имеет в виду сведение всех сложных политических аспектов (представительство, борьба, организация и т.д.) воедино, в одну проблему и одно технологическое решение. Например, если проблемой демократии является отсутствие информированности граждан, ее решением станут технологии, которые предоставят людям информацию (специализированные веб-сайты, блоги, аккаунты в Twitter, справочные боты и проч.) [Dean 2005: 63, 64].

Операция смещения олицетворяет сдвиг в понимании реальной политической активности: из-за технологий и широкого доступа к медийным практикам люди стали забывать, что настоящие политические изменения требуют большего, чем сетевое общение, создание сайтов и кликание по ссылкам [Ibid.: 64-66]. Последняя операция — форклюзия. Из-за операции смещения пользователи привыкли считать, что онлайн-ресурсы и сетевые действия политизированы. Но на самом деле политический антагонизм заранее исключен из технологий. Согласно Дин, технологии только создают иллюзию пространства, где возможна политическая борьба. При этом они могут и должны быть политизированы, чтобы репрезен-

тировать что-то за пределами себя для борьбы с какой-либо оппозиционной силой. Только так возможно избежать фетишизации технологии [Ibid.: 65, 66].

Фантазия целостности укрепляет уверенность в том, что наши вклады в циркуляцию контента имеют значение, так как попадают в самое значимое из всех пространств — в глобальное пространство [Ibid.: 66, 67]. Дин не утверждает, будто весь мир является зоной коммуникативного капитализма. Напротив, «пространство коммуникативного капитализма — это интернет, а сетевые коммуникации материализуют фантазии единства и целостности под видом глобальных» [Ibid.: 67]. В этом пространстве нет политики, распространение контента никак не способно трансформировать процессы внутри него, так как там уже существует «соглашение» [Dean 2009: 69].

От коммуникативного капитализма к неофеодализму

В 2009 г. вышла книга «Демократия и другие неолиберальные фантазии». В этой работе Дин критикует левых интеллектуалов за то, что они (в оригинале «we», так как Дин идентифицирует себя с этой группой) не смогли предложить политическую альтернативу неолиберализму[1], которая защищала бы идеалы солидарности и равенства. Книга состоит из шести глав. Первая — отредактированный вариант статьи «Коммуникативный капитализм: циркуляция и отчуждение политики». Дин усиливает высказанные ранее тезисы, приводит более актуальные примеры и помещает размышления о коммуникативном капитализме в контекст неолиберальной идеологии и неудачах левых в политической борьбе.

Описывая фантазию изобилия, Дин делает дополнение относительно роли сети в условиях коммуникативного капитализма. Она отмечает, что иллюзия демократического участия не позволяет распознать виды неравенства, которые заложены в сложную сетевую структуру: сеть не имеет предсказуемую структуру. Напротив, в архитектуре сети встречаются «кластеры и хабы (концентраторы. — *В.Ш.*), в которых некоторые сайты являются узлами» [Dean 2009: 28]. Следовательно, сайты, блогеры и селебрити неравноцен-

1 Под неолиберализмом в широком смысле Дин подразумевает «философию, рассматривающую рыночный обмен как руководство для всех человеческих действий». В таких условиях свобода становится фундаментальной политической ценностью, а главная функция государства — обеспечить институциональную основу для рынка [Dean 2009: 51].

ны в силу разного числа подписчиков: скажем, одни могут иметь высокий индекс цитируемости, большое число подписчиков и быть источником информации для более мелких ресурсов с узкой аудиторией и небольшим числом пользователей.

Для подкрепления своего тезиса Дин обращается к работе исследователя в области теории сетей Альберта-Ласло Барабаши, посвященной анализу комплексных (сложных) сетей [Barabasi 2003]. Она рассматривает наработки ученого, чтобы подтвердить иерархическую структуру интернета и наличие концентраторов в сети. Здесь же Дин пересматривает операции, через которые функционирует технологический фетиш. Исследовательница заменяет «форклюзию» на «отрицание» (denial). В концептуальном плане эта операция не изменилась, поменялось только название и способ концептуализации [Dean 2009: 41, 42]. Если ранее Дин использовала термин Лакана, то теперь она опирается на описание фетишизма Фрейдом.

В 2010 г. в книге «Теория блогов» Дин обратилась к критической теории медиа. Она проанализировала феномен блогинга и рассмотрела такие составляющие коммуникативного капитализма, как рефлексивность и влечение. В этой работе исследовательница описывает коммуникативный капитализм как объединение демократии и капитализма в сетевых коммуникациях и развлекательных медиа. По ее мнению, такое состояние медиатизированной коммуникации захватывает пользователей в сети наслаждения, производства и надзора [Dean 2010: 3, 4]. Данное определение не отличается от приведенной ранее концептуализации, однако для раскрытия сущности коммуникативного капитализма теперь Дин применяет новые концепции и подходы.

Например, она прибегает к механизму обратной связи медиатеоретика Стивена Джонсона для описания коммуникации, а также к концепции интегрированного спектакля Дебора. Дин адаптирует список отличительных черт общества, предложенный философом, к условиям коммуникативного капитализма. Напомним, что Дебор [2000 (1988)] указывает следующие характеристики общества: непрерывное технологическое развертывание, интеграция государства и экономики, тотальная скрытность и подозрительность, неопровержимость лжи, царствование вечного настоящего. В обновленном варианте общество обретает следующие черты: непрерывное технологическое развертывание, неолиберализация управления, тотальное паблисити, крах символической эффективности, фокус на будущем [Dean 2010: 111, 112].

Итак, текущая формация характеризуется рефлексивностью и «влечением», эти понятия взаимосвязаны. Под рефлексивностью (термин заимствован у социолога Мануэля Кастельса) понимается

коммуникация ради коммуникации, бесконечное движение контента по кругу, вклады в поток информации внутри сетей с помощью разных устройств [Ibid.: 95]. Психоаналитическая концепция «влечения» (drive) в версии Лакана выражает рефлексивную структуру сложных сетей. Дин объясняет, что для Лакана влечение описывает стремление к созданию с нуля [Ibid.: 30-32]. Это стремление к постоянной виртуальной активности мы замечаем при коммуникативном капитализме и на примере блогов в частности: мы становимся «захваченными» в «бесконечные петли» постинга и переходов по ссылкам, так как не можем достичь наслаждения [Ibid.: 121-123].

Еще одна важная особенность сетей — их аффективность. Эта характеристика говорит, что каждое онлайн-действие (твит, комментарий, пост) позволяет пользователю получить эмоции. Аффективные сети связывают людей и создают ощущение сообщества или «сообщество без сообщества»: блогеры существуют, блогосфера — нет [Ibid.: 95, 96]. Что касается самих блогов, то они появились во время коммуникативного капитализма, существуют до сих пор и обладают доступом к ключевым чертам коммуникативного капитализма: усилению коммуникации в рефлексивных сетях (коммуникации для коммуникации), циркуляции аффекта (сети создают и усиливают различные эффекты) и появлению «любого» (whatever beings) [Ibid.: 29]. Понятие «whatever beings» Дин заимствует у теоретика культуры Доминика Петтмана, который в свою очередь доработал концепцию Джорджо Агамбена. В их понимании «любое» (whatever being) — это «новая форма общества и существования, которые предвосхищают растворение социальных маркеров и распад идентичностей» [Ibid.: 66]. Кроме того, Дин обращает внимание на роль английского слова whatever (как угодно) в ответ на чье-либо сообщение. Она утверждает, что такой ответ просто регистрирует сам факт высказывания, он не предполагает принятия или отвержения реплики. Whatever препятствует коммуникативному обмену и пронизывает всю структуру новых медиа [Ibid.: 62-68].

Другой важный аспект коммуникативного капитализма — эксплуатация. Это одна из ключевых марксистских концепций, и Дин, будучи левой мыслительницей, подробно рассматривает типы эксплуатации, возникшие при коммуникативном капитализме. По ее мнению, из-за сетевых коммуникаций возникла эксплуатация данных, метаданных, сетей, внимания, возможностей и спектакля [Dean 2012]. Говоря о данных, Дин приводит в пример такие компании, как Facebook, Amazon и Google. Они, как и многие интернет-компании, претендуют на право владеть информацией, размещенной на их сайтах. Приватизируя данные и пользуясь

неоплачиваемым добровольным трудом (посты, лайки, репосты), они распространяют эксплуатационные практики в обществе. Капитализм также эксплуатирует метаданные: наши пользовательские пути, друзей, историю поиска для продажи рекламы [Ibid.: 137].

Третья инстанция — сеть. Сетевая иерархическая структура (относительная популярность блогов, книг-бестселлеров, высокий индекс цитирования) разделяет людей, создает неравенства, но не исключает акторов из коммуникации. Это важно, потому что устройство сетей мотивирует людей становиться участниками капиталистических процессов [Ibid.: 137-142]. Используя разные приложения и сервисы, такие как Gmail, YouTube, Twitter, мы платим не деньгами, а своим вниманием, что является четвертым объектом для эксплуатации. Текущая политико-экономическая формация постоянно требует внимания, предписывает активно коммуницировать онлайн. Данный тип эксплуатации имеет психологический аспект, к чему обращается Дин: коммуникативные схемы капитализма — «петли влечения» (loops of drive). Оказываясь захваченными этими петлями, индивид постоянно находится в переменчивом состоянии: от эмоционального возбуждения до истощения. Чем больше мы должны выбирать, т.е. задействовать свое внимание, тем сильнее мы становимся «истощены»» [Ibid.: 142-149].

Современный капитализм эксплуатирует возможности. Он конфискует наши знания и навыки: если раньше, например, при поломке техники люди чинили ее, то теперь они стремятся заменить компьютеры, машины, смартфоны. Дин пишет, что в сложившихся условиях образованный средний класс, как и высшее образование, теряют ценность, так как все наши знания сведены к данным, которые можно найти в Google. В том числе поэтому многие технические, интеллектуальные и творческие задачи переходят на аутсорсинг [Ibid.: 149-151]. Наконец, коммуникативный капитализм эксплуатирует и экспроприирует спектакль. Для объяснения Дин обращается к идеям Агамбена [2008], которые он высказал в книге «Грядущее сообщество». Экспроприация языка в спектакле открывает новый опыт языкового бытия: теперь важно не содержание высказывания, а сам факт его изречения [Dean 2012: 151-154].

Текущий этап работы Дин характеризуется усилением активистских интенций, что отражается и на ее концепции. В статье «Коммунизм или неофеодализм?» она выдвигает гипотезу о том, что сейчас наблюдается перерождение капиталистической формации в новый этап, который предварительно можно назвать неофеодализмом. Дин полагает, что «неофеодализм — это то, что нас ждет,

если мы не сумеем дать отпор», однако его опасные характеристики можно повернуть в другую сторону и сформировать международное коммунистическое государство [Дин 2019: 110-113], за что левым и стоит бороться. Эта позиция характеризует весь вектор ее нынешнего этапа работы. В одной из ее недавних статей мы замечаем революционные интенции: в статье «Коммуникативный капитализм и революционная форма» Дин заявляет, что партия — это форма, которую необходимо принять для организации революции [Ibid.: 326-340].

Заключение

С момента возникновения концепция коммуникативного капитализма развивалась и дополнялась в соответствии с трансформацией современности. Благодаря этому сегодня коммуникативный капитализм представляется актуальным методологическим и теоретическим инструментом для исследований в рамках политической, социальной и медиатеории. Исследования Дин находятся под пристальным вниманием политических, социальных и медиатеоретиков на Западе, а в последнее время набирают популярность и в отечественной науке. Поэтому Дин может считаться состоявшимся мыслителем, и нет ничего удивительного в том, что в 2016 г. в Лиссабонском университете прошла конференция «Переосмысление власти при коммуникативном капитализме: критический взгляд на СМИ, культуру и общество»[1], посвященная ее концепции, —. Дин часто выступает со своими идеями на конференциях и проводит публичные лекции, в том числе и в России. В 2019 г. она выступала на конференции «Будущее по Марксу» [Ромашков 2019].

Позиционированию концепции в рамках других медиаисследований, например, уделяет внимание Кристиан Фукс, один из наиболее влиятельных левых исследователей медиа и коммуникации. В статье 2012 года он анализирует марксистские подходы к изучению интернета и среди них выделяет концепцию Дин [Fuchs 2012]. В этой концепции (наряду с другими) Фукс видит высокий эвристический потенциал, так как считает, что после экономического кризиса 2008 года марксистская парадигма становится как никогда актуальной для анализа интернета как доминирующей и эксплуатирующей структуры, а также его возможного потенциала для освобождения людей. Кроме того, в книге, посвященной критической теории коммуникации, Фукс [Fuchs 2020] регуляр-

1 См. https://www.nordicom.gu.se/en/medieforskning/events/rethinking-power-communicative-capitalism-critical-perspectives-media-culture

но обращается к коммуникативному капитализму, при этом уже не используя ссылку на Джоди Дин.

В исследовании, посвященном новейшему капитализму, медиатеоретик Деннис Мамби [Mumby 2016] описывает и критикует концепцию Дин, чтобы определить корпоративный брендинг как ключевую черту организации при современном капитализме. Критику и применение идей с позиций политической, социальной и медиатеории предлагают и множество других ученых, например, медиатеоретики Маккензи Уорк и Кэтлин Куэн, теоретик новых медиа Джусси Парикка, социолог Себастиан Севиньяни, политические теоретики Сэмюэл Чэмберс, Уэйн Габарди, Киран Лэрд, политик Марк Пак и др. [Wark 2015; Kuehn 2013; Parika 2011; Sevignani 2013; Chambers 2005; Gabardi 2003; Laird 2004; Pack 2010].

Эвристичность концепции для медиатеории подтверждается тенденциями распространения технологий, современными мировыми событиями и отдельными медиапрактиками, которые также могут быть изучены с применением оптики Дин или ее отдельных положений (например, с помощью применения концепта фантазий). К ним, в частности, относятся онлайн-митинги, которые мы наблюдали в том числе и в России во время пандемии коронавируса. 20 апреля 2020 г. жители Воронежа «вышли» на митинг с использованием «Яндекс.Карт» и «Яндекс.Навигатора» и с помощью комментариев высказывали свою позицию в отношении введения режима чрезвычайной ситуации. В этом же контексте могут быть рассмотрены и другие онлайн-действия: от лайков и постов, которые тут же обращаются в товар платформами, кликтивизм, создание популярных аккаунтов в социальных сетях, до таких акций, как Blackout Tuesday и размещение рамок на аватарках в Facebook в поддержку вакцины «Спутник V» или с надписью «I Love Vampires».

Библиография / References

Агамбен Дж. (2008) *Грядущее сообщество,* М.: Три квадрата.

— Agamben G. (2008) *The Coming Community,* Moscow: Three Squares. — in Russ.

Вайсман Д. (2019) *Времени в обрез: ускорение жизни при цифровом капитализме,* М.: ИД «Дело» РАНХиГС.

— Wajcman D. (2019) *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism,* Moscow: «Delo» Publishing House RANEPA. — in Russ.

Гавра Д.П., Декалов В.В. (2018) Коммуникативный капитализм: методологические предпосылки и парадигмальное позиционирование. *Журнал социологии и социальной антропологии,* 21 (1): 27–43.

— Gavra D., Dekalov V. (2018) The concept of communicative capitalism: methodological premises and paradigmatic positioning. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 21 (1): 27–43. — in Russ.

Декалов В.В. (2017) Внимание как базовый ресурс коммуникативного капитализма. *Российская школа связей с общественностью*, 10: 27–38.

— Dekalov V. (2017) "Attention" as Basic Resource of Communicative Capitalism. *Russian School of Public Relations*, 10: 27–38. — in Russ.

Декалов В.В. (2017) Коммуникативный капитал: концептуализация понятия. *Вестник СПбГУ. Социология*, 10 (4): 397–409.

— Dekalov V. (2017) Communicative Capital: Conceptualization of the Concept. *Vestnik SPbSU. Sociology*, 10 (4): 397–409. — in Russ.

Дебор Г. (2000) Комментарии к обществу спектакля. (https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3512/3522)

— Debord G. (2002) *Comment on Society on the Society of the Spectacle* (https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3512/3522) — in Russ.

Джеймисон Ф. (2019) *Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма*, М.: Институт Гайдара.

— Jameson F. (2019) *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Moscow: Gaidar Institute Publishing. — in Russ.

Дин Д. (2017) Коммуникативный капитализм: от несогласия к разделению. *Communications. Media. Design*, 2 (3): 152–165.

— Dean D. (2017) Communcative Capitalism: from Dissent to Division. *Communications. Media. Design*, 2 (3): 152–165. — in Russ.

Дин Д. (2019) Коммунизм или неофеодализм? *Логос*, 29 (6): 85–114.

— Dean D. (2019) Communism or Neo-Feudalism? *Logos*, 29 (6): 85–114. — in Russ.

Жижек С. (2005) *Интерпассивность. Желание: Влечение. Мультикультурализм*, СПб.: Алетейя.

— Žižek S. (2005) *Interpassivity. Desire: Drive. Multiculturalism*, Saint Petersburg: Aletheia. — in Russ.

Кирия И.В., Новикова А.А. (2020) *История и теория медиа, 2-е изд*, М.: ИД ВШЭ.

— Kiriya I., Novikova A. (2020) *History and Theory of Media, 2nd ed.*, Moscow: HSE Publishing House. — in Russ.

Павлов А.В. (2019) Постмодернистский ген: является ли посткапитализм постпостмодернизмом? *Логос*, 29 (2): 1-24.

— Pavlov A. (2019) The Postmodern Gene: Does Post-capitalism Mean Post-postmodernism? *Logos*, 29 (2): 1–24. — in Russ.

Ромашков А. (2019) Комментируют ведущие исследователи марксизма «Будущее по Марксу». (https://www.goethe.de/ins/ru/ru/kul/mag/21590135.html)

— Romashkov A. (2019) Leading Marxism Researches Comment on "Future According to Marx". (https://www.goethe.de/ins/ru/ru/kul/mag/21590135.html) — in Russ.

Сафронов Э. (2020) Концепция коммуникативного капитализма Джоди Дин. *Знание. Понимание. Умение*, 1: 236–247.

— Safronov E. (2020) Jodi Dean's Concept of Communicative Capitalism. *Knowledge. Understanding. Skill*, 1: 236–247. — in Russ.

Срничек Н. (2019) *Капитализм платформ*, М.: ИД ВШЭ.

— Srnicek N. (2019) *Platform Capitalism*, Moscow: HSE Publishing House. — in Russ.

Срничек Н., Уильямс, А. (2019) *Изобретая будущее: постакапитализм и мир без труда*, М.: Strelka Press.

— Srnicek N., Williams A. (2019) *Inventing the Future: Postcapitalism and a World Without Work*, Moscow: Strelka Press. — in Russ.

Barabasi A. (2003) *Linked: How Everything Is Connected to Everything Else and What It Means for Business, Science, and Everyday Life*, N.Y.: Basic Books.

Bell D. (1999) *The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forcasting*, N.Y.: Basic Books, Inc.

Chambers S.A. (2005) Democracy and (the) Public(s): Spatializing Politics in the Internet Age. *Political Theory*, 33 (1): 125–136.

Dean J. (1996) *Solidarity of Strangers: Feminism after Identity Politics*, Berkeley; Los Angeles: University of California Press.

Dean J. (1998) *Aliens in America: Conspiracy Cultures from Outerspace to Cyberspace*, Ithaca; N.Y.: Cornell University Press.

Dean J. (2002) *Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy*, Ithaca; N.Y.: Cornell University Press.

Dean J. (2003) Why the Net is not a Public Sphere. *Constellations*, 10 (1): 95–112.

Dean J., Passavant P.A. (eds) (2004) *Empire's New Clothes: Reading Hardt and Negri*, N.Y.: Routledge.

Dean J. (2004) The Networked Empire: Communicative Capitalism and the Hope for Politics. J. Dean, P.A. Passavant (eds) *Empire's New Clothes: Reading Hardt and Negri*, N.Y.: Routledge: 267–289.

Dean J. (2005) Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics. *Cultural Politics*, 1 (1): 51–74.

Dean J. (2009) *Democracy and other neoliberal fantasies. Communicative capitalism and left politics*, Durham; London: Duke University Press.

Dean J. (2010) *Blog Theory*, Cambridge, Malden: Polity Press.

Dean J. (2019) Communicative Capitalism and Revolutionary Form. *Millennium*, 47 (3): 326–340.

Fuchs C. (2008) *Internet and Society. Social Theory in the Information Age*, N.Y.: Routledge.

Fuchs C. (2012) Towards Marxian Internet Studies. *TripleC*, 10 (2): 392–412.

Fuchs C. (2020) *Communication and Capitalism: A Critical Theory*, London: University of Westminster Press.

Gabardi W. (2003) Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy. *Perspectives on Politics*, 1 (3): 584–586.

Galloway A. (2012) *The Interface Effect*, Cambridge: Polity.

Gamson J. (2003) Gay Media, Inc.: Media Structures, the New Gay Conglomerates, and Collective Sexual Identities. M. McCaughey, M.D. Ayers (eds) *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*, N.Y.: Routledge: 255-278.

Hassan R. (2013) Networked Time and the "Common Ruin of the Contending Classes". T*ripleC*, 11 (2): 359–374.

Kuehn K.M. (2013) «There's God to be a Review Democracy»: Communicative Capitalism, Neoliberal Citizenship and the Politics of Participation on the Consumer Evaluation Website Yelp.com. *International Journal of Communication*, 7: 607–625.

Laird K. (2004) Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy. *Contemporary Political Theory*, 3: 118–119.

Mumby D.K. (2016) Organizing beyond organization: Branding, discourse, and communicative capitalism. *Organization*, 23 (6): 884–907.

Pack M. (2010) Blog Theory. (https://www.markpack.org.uk/12509/book-review-blog-theory-by-jodi-dean/)

Parikka J. (2011) Blog Theory: Feedback and Capture in the Circuits of Drive. *Leonardo*, 44 (3): 274–275.

Rethinking Power in Communicative Capitalism: Critical Perspectives on Media, Culture and Society (2016) (https://www.nordicom.gu.se/en/medieforskning/events/rethinking-power-communicative-capitalism-critical-perspectives-media-culture)

Samuels R. (2009) *New Media, Cultural Studies, and Critical Theory after Postmodernism*, N.Y.: Palgrave Macmillan.

Sevignani S. (2013) Digital Labor: The Internet as Playground and Factory. *TripleC*, 11 (1): 127–35.

Schwartz J.M. (2011) Democracy and other neoliberal fantasies. Communicative capitalism and left politics. *Perspectives on Politics*, 9 (3): 700–702.

Toffler A. (1980) *The Third Wave*, N.Y.: Morrow.

Wark M. (2016) Communicative Capitalism. *Public Seminar* (https://publicseminar.org/2015/03/communicative-capitalism/)

Zizek S. (2001) *Enjoy Your Symptom!: Jacques Lacan in Hollywood and Out, 2nd ed*, N.Y.: Routledge.

Zuboff S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism*, N.Y.: Public Affairs.

Рекомендация для цитирования:

Шпоть В.В. (2021) Коммуникативный капитализм Джоди Дин: эволюция одной социальной теории. *Социология власти*, 33 (1): 222-239.

For citations:

Shpot V.V. (2021) Jody Dean's Communicative Capitalism: The Evolution of a Social Theory. *Sociology of Power*, 33 (1): 222-239.

Поступила в редакцию: 10.01.2020; принята в печать: 14.03.2021

Received: 10.01.2020; Accepted for publication: 14.03.2021