

БЕСКОНЕЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НОВЫХ МЕДИА ДЛЯ ЭКСПЛУАТАЦИИ

А. Д. Криволап

Полоцкий государственный университет,
финансово-экономический факультет,
ул. Блохина, 29, 211440, Новополоцк, Республика Беларусь
e-mail: a.krivolap@psu.by

Оптимистическое понимание освободительного потенциала новых медиа давно и хорошо известно. Когда пользователи активно и самостоятельно принимают решение о том, какую и где информацию потреблять, а также ответственно и сознательно подходят к вопросу отбора источников информации. Однако на практике использование новых медиа далеко не всегда и точно не по умолчанию приводит к освобождению пользователей. Скорее наоборот, новейшие технологии коммуникации способствуют сохранению существующего социального неравенства в обществе и закреплению в качестве новой нормы невиданных до этого масштабов эксплуатации. Концепция «цифрового труда» указывает на ничем не ограниченные возможности новых медиа для эксплуатации пользователей, которые трансформировались в «просьюмеров».

Ключевые слова: просьюмеры; эксплуатация; новые медиа; идентичность; капитализм

UNLIMITED POSSIBILITIES OF THE NEW MEDIA FOR EXPLOITATION

A. D. Krivolap

Polatsk State University,
Department of Finance and Economy,
Blokhdina Str. 29, 211440, Navapolatsk, Republic of Belarus
e-mail: a.krivolap@psu.by

An optimistic understanding of the liberation potential of new media has been well known for a while. When users actively and independently decide on what and where information to consume, and also took responsibly approach to the issue of selecting sources of information. However, in practice, the use of the new media doesn't always and certainly not by default lead to the users thinking critically. Rather, on the contrary, the newest technologies of communication contribute to the preservation of existing social inequalities in society and the consolidation as a new norm of the unprecedented scale of exploitation. The concept of "digital labor" points to the unlimited possibilities of new media for the exploitation of users, which have been transformed into prosumers.

Keywords: prosumers; exploitation; new media; identity; capitalism

Эксплуатация как социальный феномен, который основывается на отчуждении человека от продуктов собственного труда, подробно описана К. Марсом еще в XIX веке. Именно эксплуатация является источником фетишизированной прибавочной стоимости. К началу XXI века появились новые формы эксплуатации, которые по умолчанию не могли быть

описаны в позапрошлом столетии, как и их масштабы не могли быть осмыслены.

Здесь прежде всего необходимо упомянуть произошедшую трансформацию роли потребителей. С одной стороны, они уже не являются безликой «аудиторией» пассивно потребляющей информацию, а с другой – они пытаются с помощью этой практики потребления того или иного стиля жизни конструировать собственную идентичность. Сетевой капитализм предложил объединенный вариант производства и потребления информации «просьюмер» (prosumer), понимаемый Алвином Тоффлером как «прогрессивное размывание линии, которая разделяет производителя и потребителя» [2, р. 267]. В результате «категория работника замещена новой категорией «просьюмеров»: индивидуальных и автономных единиц производства, потребления и предпринимательства» [1, р. 7]. Но вместо «счастливого» совмещения в результате размывания границы производства и потребления человечество оказалось перед лицом еще более жесткой и невиданной по своим масштабам эксплуатации.

На фоне возрастающего количества текстов о том, как изучать социальные и культурные проблемы в киберпространстве, проблематичность изучения сетевого общества, выделяется политэкономический подход, который давно и успешно практикуется Кристианом Фуксом. Как отмечает К. Фукс: «Заработная плата, выплачиваемая пользователям за создание прибавочной стоимости равна нулю, так что норма эксплуатации стремится к бесконечности. Это означает, что капиталистический «просьюмеризм» является крайней формой эксплуатации, в которой работа просьюмеров полностью бесплатна» [6, р. 221].

В книге «Интернет и общество» К. Фукс рассматривает политэкономические основания в различиях пониманиях киберкультуры и приходит к мысли, что «основной антагонизм киберкультуры находится между киберкультурой сотрудничества (социализации) и конкурентной киберкультурой (отчуждение, изоляция, фрагментации). Первая культура основана на ценностях, идеях и структурах обмена и построения отношений, вторая – на значениях, идеях и структурах, которые возводят границы, конструируют классы и разделяют людей. Киберкультура сотрудничества основана на идее единства в многообразии – диалектической взаимосвязи одного и многих. Конкурентная киберкультура – на идеях единства без разнообразия и разнообразия без единства – разделение одного и многих» [4, р. 333].

Содержание медиа ориентировано на определенную целевую аудиторию и редакции пытаются быть полезными для нее, но в тоже время это приводит к повышению индивидуализации, что в свою очередь грозит крахом социального. Стало меньше глобальных форм и проектов, а больше полезного для жизни и выживания «маленьких» людей, которые постоянно озабочены индивидуальным потреблением. Новые медиа в принципе по

умолчанию предполагают индивидуализированное потребление информации, что приводит не к сплочению и объединению общества, а его еще большему сепарированию и фрагментации.

Каждый из авторов, которые пытаются примерить подход, который был описан К. Марксом пытается и добавить собственное прилагательное к термину капитализм, чтобы указать на изменения, которые произошли со времени публикации «Капитала». Сетевой, коммуникативный или информационный капитализм сегодня доступен для нашего восприятия и не только в виртуальном пространстве.

По мнению Джоди Дин все это легко вписывается в «коммуникативный капитализм, в котором содержательная ценность сообщения менее важна, чем его меновая стоимость, его вклад в море информации, в поток или циркуляцию смыслов. Содержание не нуждается в понимании, необходимо только повторение, воспроизводство, пересылка. Распространение – это контекст, условие для принятия или отклонения сообщения» [7, р. 275]. Фактически можно говорить о симулировании информации, ее разыгрывании в бодрияровском смысле: «Это бесконечный цикл, который сохраняется ради себя самого для того, чтобы воспроизводить разницу между так называемыми «старыми» и «новыми» медиа. Старые медиа стремились доставить сообщения. В новых медиа сообщения просто циркулируют» [5, р. 121].

В результате мы являемся свидетелями поглощения глобальной капиталистической технокультурой самого феномена посредничества и сотрудничества в коммуникативных пространствах: «Диалектический антагонизм между сотрудничеством и конкуренцией лежит в самом сердце информационного капитализма» [4, р. 120]. Но вместе с исчезновением сотрудничества между пользователями стремительно возрастает их эксплуатация со стороны корпораций. Пользователям предоставляется возможность «бесплатно» использовать ту или иную платформу в виртуальной среде для коммуникации и взаимодействия с другими пользователями. Однако эта иллюзорная «бесплатность» оборачивается жесточайшим режимом эксплуатации. Если работа машин или любого иного производственного оборудования регламентируется инструкциями и техникой безопасности, то для пользователей это оборачивается невротизирующей «бессмысленной маниакальной активностью» [9, р. 44], когда люди часами обновляют ленту новостей в ожидании чего-то очень важного и значимого, что никогда не появится в их ленте новостей. Единственным смыслом подобных навязчивых действий будет потребление максимально возможного объема циркулирующий и повторяющихся информационных сообщений: «В последнее время получатели все чаще становятся активной аудиторией, которая производит контент и технологии, что не подразумевает демократизации медиа, а главным образом создает новую форму эксплуатации аудитории и пользователей» [10, р. 11].

Феномен эксплуатации не является статичным, скорее это динамичная концепция, которая включает в себя явное сопротивление со стороны пользователей навязыванию новых правил, а с другой – неискоренимое стремление к автономным формам потребления, не таким как предписывает платформа. Наверное, самым ярким примером такого противоречия могла бы быть реклама, которая раздражает пользователей, которые не понимают, что именно потребление рекламы и является их главной но неоплачиваемой работой.

Также этот пример может быть иллюстрацией того, как трансформируется сфера культуры, точнее культурных индустрий, когда автономность креативных представителей культуры осталась в прошлом и наступает эра бесконечной эксплуатации. «Бесконечная эксплуатация означает, что вся или почти вся онлайн-активность и время проведенное онлайн становятся частью товаров, и никакая доля этого времени не выплачивается» [8, р. 104]. Просьюмеры не осознают, что включены в производственный процесс и их цифровой труд направлен на создание собственных виртуальных профилей или алгоритмических идентичностей. И в некотором смысле цифровой труд напоминает классические формы рабства, но есть и существенные отличия, важнейшим из которых «является режим принуждения: раб является частной собственностью рабовладельца, тогда как цифровой работник не является частной собственностью» [8, р. 273].

Но это не значит, что невидимая и не осознаваемая эксплуатация более гуманна по отношению к эксплуатируемым. Крупные социальные сети и корпорации постоянно отслеживают не только базовые демографические сведения, но и поисковые запросы пользователей, учитывают технические характеристики браузеров и компьютеров, отмечают создаваемый пользователями контент и социальные взаимоотношения, а также многое другое. Все это превращается в «индивидуальные, эмоциональные, социальные, экономические, политические, культурные данные о пользователях. <...> Эксплуатация происходит в этом товарном и производственном процессе, чем больше времени пользователи проводят в интернете, тем больше данных о них, может быть продано, и тем больше рекламы им может быть показано» [8, р. 276].

Существует ли какой-то выход из этой, казалось бы, тупиковой ситуации бесконечной эксплуатации, кроме критики в рамках социальной теории? К. Фукс отмечает, что для этого социальным медиа всего лишь только необходимо стать действительно социальными, т. е. перейти от принципов конкуренции к сотрудничеству и переосмыслить значение медиа в обществе: «Люди по существу являются социальными и общественными существами. Им нужно сотрудничать, чтобы существовать. Общество сотрудничества требует демократии на основе участия, коллективной собственности и контроля над средствами

производства. Сотрудничество и кооперация являются фундаментальными значениями терминов «социальное» и «социум» [3, р. 265]. Подобное переосмысление того, как возможно говорить об обществе в контексте роста популярности новых медиа и усиления эксплуатации, является не простой задачей в плане реализации и революционным по сути мероприятием направленным на трансформацию социальных практик.

Библиографические ссылки

1. Fisher, E. Media and new capitalism in the digital age: the spirit of networks / E. Fisher, New York, NY : Palgrave Macmillan, – 2010. – 259 с.
2. Toffler, A. The third wave / A. Toffler, New York : Bantam Books, – 1989.
3. Fuchs, C. Social Media: A Critical Introduction / C. Fuchs, – London : Sage Publications, – 2014. – 304 с.
4. Fuchs, C. Internet and society: social theory in the information age / C. Fuchs, New York : Routledge, – 2008. – 398 с.
5. Dean, J. Blog theory: feedback and capture in the circuits of drive / J. Dean, – Cambridge, UK; Malden, MA : Polity, – 2010.
6. Fuchs, C. Class and Exploitation on the Internet / C. Fuchs // Digital Labor the Internet as Playground and Factory / Edited by Trebor Scholz. – New York : Routledge, – 2013. – С. 211–224.
7. Dean, J. The networked empire: communicative capitalism and the hope for politics / J. Dean, – New York : Routledge, – 2004. – 265–288 с.
8. Fuchs, C. Digital Labour / C. Fuchs, – New York ; London : Routledge, – 2014. – 406 с.
9. Жижек, С. Интерпассивность. Желание: влечение. Мультикультурализм / С. Жижек, – Санкт Петербург : Алетейя, –2005. – 156 с.
10. Fuchs, C. Marx and the Political Economy of the Media / editors C. Fuchs, V. Mosco, Leiden; – Boston : Brill, – 2012. – 614 с.