

ПРОБЛЕМА ОТЧУЖДЕНИЯ В КОНЦЕПЦИИ НАДЗОРНОГО КАПИТАЛИЗМА

Новицкая Татьяна Евгеньевна, научный сотрудник

Институт философии Национальной академии наук Беларуси

Tatsiana Navitskaya, Researcher,

Institute of Philosophy of the National Academy of Sciences of Belarus, navitska-

ya.philosophy@gmail.com

Аннотация. Рассмотрена отчуждающая сущность надзорного капитализма в подходе Шошаны Зубофф. В данном контексте отчуждение становится результатом эксплуатации человеческого опыта, опосредованного цифровыми технологиями, выраженного в коммуникации и онлайн-активности, а также его последующей экспроприации в виде данных с целью создания поведенческих прогнозов. Дальнейшее использование прогнозной аналитики направлено на управление и манипулирование человеческим поведением.

Ключевые слова: датафикация, большие данные, надзорный капитализм, отчуждение, эксплуатация, экспроприация.

В ранний период становления интернета существовала тенденция к трактовке его как пространства свободы, обеспечивающего индивидам широкие возможности для самовыражения и коммуникации без границ. Он зачастую оценивался как инструмент демократизации общества, как новый срез публичной сферы общества – открытый для дискуссий, инклюзивный; как средство, способствующее сплочению, формированию сообществ и идентичностей, как инновационная информационная сфера для реализации социального потенциала интеграции и коллективного интеллекта, совместного творчества и сотрудничества для общественно значимых целей. В нем виделись зачатки роста субъектности виртуальных объединений и групп не только в онлайн-среде, но и в области актуальных политических действий. Американская исследовательница, философ и социальный психолог Шошана Зубофф сравнивает этот период в развитии глобальной сети с эпохой открытия «темного континента», где еще не действуют законы, а нормы лишь формируются. Однако по мере глобализации Сети, ее глубокого и интенсивного внедрения во все сферы социальной жизни – от рутинных коммуникативных практик до взаимодействия с электронным правительством – произошло осознание необходимости контроля и управления в данной сфере. Особое значение приобрела коммерциализация информационно-коммуникационной среды. Причем, пространство последней формируют не только ставшие привычными новые медиа, воплощающие в себе интерактивную модель коммуникации, где фигура потребителя и создателя контента совпадают. Это пространство существенно шире, оно порождается стремительно развивающимися технологиями машинного интеллекта (самообучающиеся нейронные сети, сервисы геолокации, связанные с носимыми гаджетами, перевод и распознавание речи, обработка изображений, видео и голоса, прогнозная аналитика в области больших данных и т. п.). Сегодня указанная сфера стала основанием для развития специфической современной формы капитализма, который был обозначен Ш. Зубофф как надзорный капитализм. В своей работе «Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти» она описывает текущие мутации капиталистической системы, ее новую сущность и место в ней человека. Феномен надзорного капитализма сформировался на основании диджитализации и датафикации, информатизации и сопряженных с

ними социальных эффектов. В качестве основного актива в нем выступает онлайн-активность пользователей, которая, как правило, носит нерыночный характер. Ее интенция – коммуникация, будь то общение или взаимодействие с другими пользователями, или самокоммуникация, опосредованная медиа. В то же время благодаря технологиям анализа Big Data и компьютерного прогнозирования для акторов современного капитализма, крупных игроков цифрового рынка, всякая деятельность пользователя в Сети обретает выраженную рыночную окрашенность. То, что выглядит для некритически настроенного индивида как привлекательное предложение недорогих или условно «бесплатных» сервисов различного рода (в сфере навигации, покупок, транспорта, решений в области здоровья и физической культуры, коммуникации, информационного поиска) имеет вполне определенную и весьма существенную цену в виде личных данных. В качестве основного сырья цифрового капитализма выступают онлайн-активность и конфиденциальность пользователей. Ловушка цифрового капитализма состоит в том, что человек, считая себя потребителем, лишь производит сырье – а именно опыт и продуцируемые им данные. Именно в этом кроется источник нарастающего отчуждения в новых условиях.

Одним наиболее значимых последствий трансформаций современного капитализма становится превращение коммуникации в один из ключевых нематериальных товаров на рынке, т. е. ее коммодификация. Сегодня сам акт коммуникации является деятельностью, обеспечивающей функционирование капиталистической системы в изменившихся условиях. С одной стороны, на непрерывности онлайн-коммуникации во многом покоится аутопоэтическое воспроизводство глобальной информационно-коммуникационной сети. Интернет-пользователи наполняют Сеть контентом: занимаются его созданием, распространением, обменом им. Такая деятельность добровольна, зачастую аффективна 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.

Каково место интернет-пользователя в новой форме капитализма? Ш. Зубофф подчеркивает, что здесь он и не клиент, и не наемный работник, и даже не продукт. Ему отведена роль источника сырья – личных поведенческих данных, представляющих собой основной товар в этой системе, на основании их анализа создаются прогнозы. Происходит односторонняя экспроприация личных данных и эксплуатация т. н. «поведенческого излишка». Надзорный капитализм опирается на мощную прогнозную силу больших данных для предсказания дальнейших поведенческих траекторий от микро- до макроуровня, таргетирования и предложения контента в самых разных областях. Таким образом, капиталисты обладают беспрецедентным знанием практически тотального характера, принимают решения о последующем использовании этого знания и в целом определяют, кто может принимать такие решения. «Индустриальный капитализм превратил в товар природное сырье, а надзорный капитализм, чтобы изобрести новый товар, распространил свои притязания на человеческую природу. Теперь уже человеческую природу выскабливают, рвут на части и прибирают к рукам в рамках рыночного проекта нового столетия. Думать, что вред сводится к тому очевидному факту, что пользователи не получают плату за предоставляемое ими сырье, – просто неприлично. Подобная критика – недоразумение, которое позволяет использовать механизмы ценообразования для институционализации и, следовательно, узаконивания извлечения человеческого поведения для производства и продажи. Она игнорирует ключевой момент, состоящий в том, что суть эксплуатации здесь – представление наших жизней в виде поведенческих данных ради усовершенствования контроля над нами со стороны посторонних [1, с. 127]. Безальтернативность предложения цифровых услуг, выражающаяся в необходимости пожертвовать собственной конфиденциальностью как неизменным условием их оказания, в форме одностороннего «недоговора» (в противовес договору, который обладает социальной сущностью и включает симметричные отношения сторон) [1, с. 286] или «фаустовской сделки» [1, с. 229], по выражению Ш. Зубоффа, делают индивида как никогда уязвимым, а его жизнь практически прозрачной для главных цифровых гигантов современности и их клиентов. В такой системе человек не является самоцелью, он лишь средство достижения целей других. Люди – «объекты, из которых извлекается и экспроприруется сырье для фабрик прогнозирования Google» [1, с. 127].

Некогда существовавшие плюрализм и открытость раннего интернета, ориентация на продуктивное сетевое взаимодействие по инерции продолжают вводить в заблуждение, создавая иллю-

зию эгалитарного свободного пространства коммуникации. Однако, по мысли американской исследовательницы, модель надзорного капитализма фундирована подчинением и иерархией. На наш взгляд, проблема взаимосвязи агентности и отчуждения проницательно очерчена Ш. Зубофф через «проблему двух текстов» [1, с. 246]. Цифровизация способствует переводу социальных отношений, массовых коммуникаций и рутинных социальных практик в соответствующий формат – «электронного текста». И на сегодняшний день сложились два его принципиально разных среза: первый производится пользователями, вииден и доступен им, он является публичным, направлен на создание связей, характеризуется информационным разнообразием, возможностями инклюзивности, а второй представляет собой тень первого, из которого он извлечен, скрытый от пользователей и доступный крупнейшим цифровым корпорациям; эвфемистично обозначаемый как «цифровые крошки», «цифровой выхлоп», а на деле представляющий собой активы цифрового капитализма. В колоссальном разрыве между этими двумя «текстами» проявляется асимметрия знания и власти в современном обществе, оказывающая отчуждающее действие на человека: он не только объективируется, прогнозирование, выполненное на основе анализа его поведенческих данных, позволяет манипулировать и управлять им, все больше вовлекая в ловушку цифрового надзора как логику накопления капитала.

Мнения в описанных условиях также приобретают значение товаров. В пространстве новых медиа индивид зачастую становится скорее потребителем, чем гражданином, что несет особые риски в связи с фальсификацией общественного мнения, астротэрфингом, использованием т. н. «фабрик троллей» и «ботоферм», связанных с торговлей имитацией общественного мнения, созданием его видимости, возрастанием влияния крупных блогеров в противовес высокопрофессиональной журналистике. Наблюдается тенденция коммерциализации публичной сферы, манипуляций общественным мнением.

В отчуждающих условиях надзорного капитализма возникает выраженная опасность того, что человеческие стремления к коммуникации, познанию, социальному взаимодействию, будучи реализованными посредством современных информационно-коммуникационных цифровых технологий (что на сегодняшний день является рутинной, нормализованной практикой), подвергаются коммодификации, наделяются рыночной стоимостью. Таким образом, уязвимость современного человека связана с тем, что отчужденные коммуникация и онлайн-активность становятся желанной целью для новых экономических акторов, субъектов цифрового рынка. Они датафицируют опосредованный медиа человеческий опыт и на основе анализа этих данных разрабатывают прогнозные продукты, обеспечивающие беспрецедентное преимущество в знании о настоящих и будущих предпочтениях и поведении пользователей. Это знание реализуется в форме власти, т.е. оно обеспечивает механизмы управления человеческим поведением в различных сферах жизни человека и общества. Социальность как сущностное свойство человеческой природы в условиях надзорного капитализма становится и истоком отчуждения, подвергаясь эксплуатации, и объектом надзора и управления.

Список использованных источников

1. Зубофф, Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. – М.: Издательство Института Гайдара, 2022. – 784 с.