Марксизм в эпоху новых медиа (научно-аналитический обзор)

Ю. О. Азарова

Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина, г. Харьков, Украина

azarova.yulia2017@gmail.com

Опираясь на исследования современных теоретиков марксизма (Н. Дайер-Уисфорда, Ф. Джеймсона, Дж. Дин, Т. Иглтона, Л. Накамуры, С. Сима, К. Фукса), автор обосновывает значимость марксистской методологии для анализа трансформации общества в эпоху новых медиа. Апеллируя к концепциям «информационного капитализма» (Д. Шиллер), «цифровой диалектики» (М. Хейм), «киберкоммунизма» (Р. Барбрук), автор также показывает, что методология Маркса прекрасно объясняет знаковые феномены нашей цивилизации, такие как «общество потребления», «глобализация», «дефолт» и «мировой экономический кризис».

Ключевые слова: Карл Маркс; марксизм; новые медиа; экономика; политическая экономия; информационные технологии; СМИ.

Marxism in the Age of New Media (Scientific and Analytical Review)

Yu. O. Azarova

V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine

azarova.yulia2017@gmail.com

We study the works of contemporary theorists of Marxism (J. Dean, N. Dyer-Witheford, T. Eagleton, C. Fuchs, F. Jameson, L. Nakamura, S. Sim) and show the importance of Marxist methodology for analyzing the cultural and political transformation of society in the era of New Media.

We use Marxist criticism of the media and ask the questions: 1) how does the Internet and New Media contribute to the emancipation of the person?; 2) to what extent does network activity of citizens lead to a “revolution of participation” and democratization of society?; 3) what is the role of the Internet in covering political events?

We review the theories of “cyberdemocracy” (M. Poster), “network criticism” (E. Fisher), “political economy of the Internet” (K. Patelis), and affirm that Marx’s remarks about the logic of the development of capitalism, the essence of commodity fetishism, the mechanisms of political power transmissions made in the nineteenth century retain their relevance for the twenty-first century.

Our essay appeals to the concepts of “informational capitalism” (D. Schiller), “digital dialectics” (M. Heim), “cybercommunism” (R. Barbrook), and also argues that Marx’s methodology perfectly explains “sign” phenomena of our civilization, such as “consumer society”, “globalization”, “financial meltdown”, and “world economic crisis”.

Keywords: Karl Marx; Marxism; New Media; economics; political economy; information technology; mass media.

Интенсивное развитие и широкое применение информационных технологий определяет характер современной цивилизации. Интернет, телематика, цифровые системы связи радикально меняют представление о человеке, знании, обществе, культуре. Не случайно исторический рубеж XX — XXI столетий называют эпохой новых медиа (*New Media*).

Сегодня компьютерные системы проникают во все сферы жизни человека. Индивиду трудно представить свое повседневное бытие без Интернета, электронных услуг (почта, платежные терминалы), многоканальных сервисов связи (телефон, смартфон, VoIP-сервисы, скайп, GPS-навигация).

Информатизация также активно затрагивает общественные структуры. Социальные сети, виртуальные сообщества, онлайн-группы и персональные профили показывают, что новые типы коммуникации трансформируют не только стиль общения, но и принципы межличностного взаимодействия.

Цифровые технологии серьезно меняют экономику. Они открывают доступ к новым сферам торговли, сокращают операционные и логистические издержки, связанные с производством и распределением товара, увеличивают финансовые потоки, повышают конкурентоспособность фирм, создают современную модель рынка.

Например, с помощью Интернета реализуются различные виды маркетинга: анализ текущих трендов, оценка деятельности рекламных компаний, изучение имиджа торговой марки, исследование ценовой политики ведущих брендов, продвижение конкретных товаров и услуг.

Информационные системы оказывают большое влияние на политику: в сети возникают представительства партий и органов государственного управления, расширяются прямые контакты граждан с властью, развивается «электронная демократия» и практика дистанционного голосования.

Наконец, новые технологии способствуют свободной самореализации личности. Используя различные интернет-ресурсы, человек формирует свое *Я*, конструирует свою культурную и гендерную идентичность, репрезентирует свою социальную роль, выражает свою политическую позицию.

Соответственно, появляются научные дисциплины, изучающие задачи и функции информационных систем в обществе: исследование средств коммуникации, Интернета, цифровых технологий, теория коммуникации, исследование технологии (*Media Studies, Internet Studies, Digital Studies, Communication Studies, Technology Studies*). В фокус их внимания попадают киберкультура, виртуальная реальность, онлайн-сообщества, интернет-экономика и т. п.

Работая с медиаресурсами, аналитики ставят ряд ключевых вопросов: 1) как новые технологии воздействуют на человека; 2) как они трансформируют социальные связи, способ государственного управления, правовые нормы; 3) как меняются этические ценности; 4) как остановить киберпреступность и обеспечить кибербезопасность?

Проводимые исследования показывают, что развитие цифровых систем имеет и преимущества, и недостатки. Решая одни серьезные проблемы, технология порождает другие, устранение которых требует огромных интеллектуальных усилий и материальных затрат.

Общество эпохи новых медиа сталкивается с проблемами, которых не существовало прежде: (а) цифровое неравенство; (б) таблоидизация СМИ; (в) фейки, дезинформация, недостоверный новостной трафик; (г) фишинг, распространение вредоносных программ (вирусов); (д) хакерство, взлом компьютерных систем и кражи банков данных.

В поисках решения специалисты стремятся найти методологию, обеспечивающую глубокий и всесторонний анализ тех

трансформаций, которые маркируют переход от индустриального общества к постиндустриальному. Одной из таких методологий сегодня является марксизм.

Используя марксистскую методологию, современные ученые выясняют, каким образом Интернет способствует эмансипации личности; насколько сетевая активность граждан ведет к «революции участия» и демократизации общества; какую роль играет Интернет в освещении политических событий и т. д.

Интерес к Марксу здесь вполне закономерен. *Во-первых, именно Маркс инициировал появление оппозиционных СМИ.* Изучение журналистской практики Маркса имеет большое значение для критики идеологии систем новых медиа, так как создает платформу для анализа (а) медиасобытий; (б) мирового рынка новостей; (в) политики медиахолдингов.

Во-вторых, «Капитал» Маркса дает хорошую базу для исследования современного бизнеса, показывая, что: (а) электронная коммерция меняет ряд положений классической экономической теории; (б) виртуальные деньги трансформируют финансовые потоки; (в) цифровой труд модифицирует классовую структуру общества.

В-третьих, марксистская критика общества служит прекрасным инструментом для анализа современной политики, проясняя, как: (а) Интернет меняет язык политического дискурса; (б) интерактивные формы голосования нарушают баланс сил в правящем классе; (в) сетевая аудитория влияет на рейтинги официальных лиц.

Сегодня многие ведущие философы (Фредерик Джеймсон, Славой Жижек, Терри Иглтон, Алекс Каллиникос, Антонио Негри, Майкл Хардт, Мишель Рьян, Элвин Голднер) манифестируют «повторное открытие марксизма» (*re-opening of Marxism*), подчеркивая актуальность марксистского анализа социальной онтологии.

Несмотря на лозунг «Маркс умер, да здравствует капитализм!» (*Marx is dead, long live capitalism!*), ясно, что такие явления, как дефолт, обвал фондовых рынков, нищета,

безработица, терроризм, хакерские атаки на банковские системы и т. п., лишь подтверждают кризисные тенденции в капитализме, о которых в свое время говорил Маркс.

По мнению Ф. Джеймсона, «мировой экономический кризис, трудовая миграция, безработица и обнищание населения, постоянная невыплата ипотечных займов возобновляют интерес к марксистской критике капитализма, показывая, что “Капитал” Маркса по сей день сохраняет свою актуальность» [1, с. 1].

«Для осознания глобального масштаба современного капитализма и ужасных форм социально-экономического неравенства <...> мы, — пишет Э. Хобсбаум, — задаем те вопросы, которые ставил еще Маркс» [2, с. 12—13]. «Экономический и политический либерализм, — продолжает он, — отдельно или в комбинации друг с другом, не разрешают текущие проблемы. Снова пришло время серьезно перечитать Маркса» [2, с. 419].

Славой Жижек отмечает необходимость пристального изучения наследия Маркса, с тем чтобы «проблематизировать либерально-демократическую альтернативу, представленную новой формой капитализма, который обещает реализовать демократические идеалы, но не в силах этого сделать» [3, с. 6].

Детально анализируя марксистский дискурс, Терри Иглтон резюмирует следующее: наверное, «ни один мыслитель не был столь сильно искажен, как Маркс <...> но несмотря на это, работы Маркса до сих пор крайне важны» [4, с. 5]. Именно Маркс определяет парадигму критических исследований сегодня.

Действительно, в начале XXI в. марксизм переживает своеобразный ренессанс. Как подчеркивает Горан Терборн, марксизм обнаруживает «новую констелляцию власти и протестных движений» [5, с. 61]. Роберт МакЧесни, Николас Гарнхем и Манфред Кнохе признают «значимость идеи Маркса о сращении капитализма со СМИ и медиахолдингами» [6, с. 79; 7, с. 7; 8, с. 105]. Стюарт Сим указывает на роль постмарксизма в критике современной культурной политики [9, с. 6—11].

Изучая ключевые стратегии, доминирующие в исследовании средств коммуникации и Интернета, можно увидеть, что современные теоретики часто апеллируют к марксизму. Развивая такие направления, как «сетевая критика» [10, с. 5—14], «критика Web 2.0» [11], «цифровая диалектика» [12], они используют базовые марксистские концепты.

Рассмотрим 13 марксистских концептов, которые сегодня находят прямое или косвенное отражение в исследовании средств коммуникации и Интернета. Анализируя виртуальное сообщество, интернет-экономику, электронную демократию и другие феномены эпохи новых медиа в терминах Маркса, данные исследования инспирируют «второе рождение» марксизма.

1. *Диалектика*. Марксистская диалектика — главный инструмент исследования «развития капиталистического общества во всех его противоречиях» [13, с. 22]. Применяя диалектику для анализа современных бизнес-технологий, П. Люненфельд и М. Хайм разрабатывают концепцию «цифровой диалектики» (digital dialectics) [12].

Описывая капиталистический способ производства, Маркс отвергает привычный функциональный подход (раскрывающий внешние связи) и обращается к диалектике (проясняющей внутренние противоречия). Изучая Интернет, адепты «цифровой диалектики» тематизируют связь общества и технологии не как простую и одномерную, а как комплексную и многомерную.

Применяя подход Маркса, Люненфельд и Хайм иллюстрируют четкую аналогию: подобно тому как «капитализм развивается путем антагонизма между производительными силами и производственными отношениями» [14, с. 7—8], «так и современные технологии следуют принципу антагонизма» [12, с. 28].

Например, компания *Google* предлагает пользователям сети свои услуги. Она продает свои сервисы, а пользователи их покупают. Однако этим коммерческие отношения с *Google* не ограничиваются. Компания *Google* формирует инфраструктуру рынка,

куда включаются также другие компании, приносящие *Google* дополнительную прибыль.

Свободный доступ к сервисам (электронная почта, аккаунты в сети и т. п.), которые предоставляет *Google*, далее превращается в механизм онлайн-отслеживания. Когда пользователи ищут какой-либо товар в сети, их поисковые запросы затем передаются в базу данных различных фирм, которые рекламируют свой товар.

Маркетинговые предложения поступают на электронную почту, аккаунт, персональные сайты людей. А это, в свою очередь, создает угрозу распространения личных данных, нарушает приватную жизнь клиента, приводит к экономической эксплуатации пользователей сети.

Разумеется, задача состоит не в том, чтобы закрыть компанию *Google*, а в том, чтобы показать, каким образом она из частной фирмы (1996) превратилась в публичную транснациональную корпорацию (2015) и далее — в холдинг *Alphabet*, где происходит сращивание капитала, медиа и технологии.

2. *Капитализм*. По Марксу, капитализм — экономическая система производства и распределения, цель которой — максимальный рост прибыли (капитала), даже если это приводит к ущербу в других сферах (социальная защита, право, мораль). Маркс подчеркивает безличный и принудительный характер законов капиталистического рынка [13, с. 22].

Капиталистическая система производства чрезвычайно динамична. Поощряя новые технологии, приносящие прибыль, она разрушает прежнюю традицию. Распространяя «логику прибыли» на некоммерческие области культуры (искусство, образование, спорт), она трансформирует их по принципу рентабельности.

Применяя марксистский анализ капитализма к новым технологиям, Дж. Дин развивает концепцию «коммуникативного капитализма», Р. Шмиде — «информационного капитализма» [15], К. Фукс — «транснационального капитализма», Ф. Грэхем — «киберкапитализма» [16, с. 7—10],

Д. Шиллер — «цифрового капитализма» [17, с. 11], Л. Накамура — «капитализма New Media» [18, с. 55].

3. *Коммодификация.* Согласно Марксу, коммодификация — это процесс, в ходе которого различные виды человеческой деятельности обретаю денежную стоимость, т. е. превращаются в товар, который продается и покупается на рынке. Соответственно, товаром становится не только материальный объект, но и услуги.

Сегодня идея коммодификации находит отражение в понятиях «интернет-товар» и «интернет-услуги». Исследователи Дж. Э. Кэмпбелл (в диссертации 2008 г.)¹ и К. Фукс [19] говорят о широком распространении онлайн-услуг по созданию индивидуальных профилей в Интернете (*Internet-commodification of on-line privacy*); Дж. Фернбек и Ц. Папачаризи подробно анализируют «деятельность компаний, оказывающих услуги в киберпространстве» [20].

4. *Классовые отношения.* По Марксу, класс — это группа людей, которая занимает определенное место в системе производства. Классы различаются по их роли в организации труда и, тем самым, по уровню дохода. Классы часто вступают в конфронтацию, когда одна группа присваивает себе труд другой.

В письме И. Вейдермайеру от 5 марта 1852 г. Маркс отмечает, что классы возникают на той ступени развития производства, когда разделение труда и появление прибавочного продукта делает экономически выгодной эксплуатацию рабочей силы [21, с. 427]. Здесь же Маркс освещает главные принципы классовых отношений [21, с. 427—428].

В информационную эпоху эта проблема приобретает космический масштаб. Поскольку в XXI в. население занято главным образом «наемным трудом в сети», который «приносит даже больший капитал, чем промышленное товарное производство», то для описания этого феномена К. Фукс вводит понятие «цифровой труд» [22, с. 179—186].

Данная новация, в свою очередь, «модернизирует» классовую борьбу. Марк Андреевич говорит об «интерактивной способности New Media эксплуатировать рабочих путем отдаленного (дистанционного) труда» и вводит термин «эксплуатация Web 2.0» [23, с. 239]. Урсула Хьюз указывает на появление «киберпролетариата» [24].

5. *Эксплуатация.* Маркс описывает эксплуатацию как присвоение одним классом продуктов труда другого класса [13]. Эксплуатация появляется на таком уровне развития экономики, когда работник создает не только необходимый продукт, покрывающий затраты на производство, но также излишек, который обеспечивает прибыль.

Поскольку цель производства — рост прибыли, то работодатель будет максимально эксплуатировать рабочего, применяя два основных метода: удлинение рабочего дня (до 10—12 часов) и увеличение интенсивности труда. В качестве психологического давления используется угроза безработицы («Не нравится — увольняйся! На твоё место придут другие!»).

Обсуждая ситуацию «перманентного аврала» (*permanent crunch-time*), т. е. постоянной работы в сверхурочное время (60-часовые рабочие недели), для программистов, Л. Накамура [25], Н. Дайер-Уисфорд и Г. де Пьете [26, с. 33—38] приводят вопиющие факты эксплуатации сотрудников в корпорациях видеоигр.

6. *Прибавочная стоимость.* Данную тему Маркс развивает в таких работах, как «Экономическо-философские рукописи 1844 года», «Экономическая рукопись 1861—1863 годов. Процесс производства капитала», «Наемный труд и капитал», «Критика политической экономии» (первоначальный вариант «Капитала»).

Прибавочная стоимость — это стоимость, создаваемая неоплаченным трудом рабочего сверх той, которой оплачивается его труд. Она формируется как разность между стоимостью, которую рабочий создает в процессе производства, и стоимостью,

¹ *Campbell J. E.* Virtually Home: The Commodification of Community in Cyberspace (Dissertation). Philadelphia, PA: University of Pennsylvania, 2008. 346 p. Available from ProQuest. AAI3345916. <https://repository.upenn.edu/dissertations/AAI3345916> (accessed: 10.03.2019).

которую он получает от работодателя в качестве заработной платы: «Прибавочная стоимость есть не что иное, как избыток того количества труда, которое дает рабочий, над тем количеством овеществленного труда, которое он получил в своей заработной плате» [27, с. 190—191]. Для получения прибавочной стоимости капиталист, как сказано выше, либо удлиняет рабочий день, либо требует большей интенсивности труда (без повышения заработной платы).

Исследуя феномен прибавочной стоимости в киберпространстве, К. Фукс отмечает, что накопление капитала в коммерческом использовании сети Web 2.0 основано на бесконечной эксплуатации программистов [22], а Дж. Беллер подчеркивает, что создание прибавочной стоимости в сети является сегодня наиболее прибыльным бизнесом [28, с. 34].

7. Классовая борьба. Согласно Марксу, классовая борьба проходит различные стадии развития — от пассивного сопротивления отдельного индивида до политически организованных действий, которые имеют коллективную форму. В XXI в. интернет-ресурсы становятся главным инструментом классовой борьбы.

Привлекая Интернет для организации акций протеста, современный пролетариат часто использует «электронный метод борьбы» (*electronic method of struggle*). Анализируя протестные движения китайских программистов, Дж. Кью указывает на появление новых «электронных форм гражданского неповиновения» (*electronic form of the civil disobedience*) [29].

Это, в свою очередь, приводит к изменению в социальной структуре. Рассуждая о «нематериальном труде» (*immaterial labor*), которым занято множество людей в системах коммуникации, М. Хардт и А. Негри говорят о возникновении нового класса — «множества» (*multitudo*), — который бросает вызов господству мирового капитализма [30].

8. Глобализация. Маркс пишет, что капитализм имеет тенденцию к глобализации, потому что «он втягивает все народы в сеть

мирового рынка» [13, с. 557]. В XXI в. «интернациональный характер капиталистического режима» [13, с. 557] находит свое воплощение в транснациональных корпорациях, банках и медиахолдингах.

Изучая современную версию «техно-капитализма», Д. Келлнер утверждает, что «капитализм, глобализация и развитие телекоммуникационных систем идут рука об руку» [31, с. 285]. По словам Д. Харви, «гибкость накопления капитала в комбинации с новыми технологиями приводит к появлению особого феномена — новой фазы пространственно-временной компрессии капитализма» (*a new phase of time-space compression of capitalism*) [32, с. 350]. Как подчеркивает Ф. Вебстер, «именно Интернет и новые информационные технологии сегодня дирижируют глобальным производством и маркетинговыми стратегиями» [33, с. 77].

По мнению Д. Шиллера, «Интернет — это транснациональный посредник между потребителями (*Internet is a transnational consumer medium*), который способствует развитию цифрового капитализма» [17, с. 135]. Аналогично считает Н. Дайер-Уисфорд, полагая, что «Интернет — это электронный плацдарм для циркуляции денег, товаров и власти» (*Internet is an electronic pathway for circulation of money, commodities and power*) [34, с. 130].

Данные позиции, делает вывод К. Фукс, «отражают тезис Маркса о том, что новые коммуникационные технологии выступают посредником и одновременно конечным продуктом глобализации капитализма» [19, с. 110]. «Феноменология капиталистического производства, описанная Марксом в “Капитале”, четко показывает, — утверждает А. Негри, — как возникает метафизика капитала и автономия власти» [35, с. 7].

Соответственно, продолжает Негри, «нам нужно вернуться к истокам современного философского дискурса, который обозначил еще Маркс. <...> Вопросы “куда движется марксизм?” и “куда движется капитализм?” следует рассматривать как неразрывно связанные» [35, с. 6]. Это дает ключ к пониманию сущности идеологии.

9. *Идеология*. Маркс называет идеологию «превращенной формой сознания», Энгельс — «ложным сознанием» [36, с. 228]. К ложному сознанию Энгельс относит «иллюзию о вечности и абсолютном совершенстве капиталистического производства» [36, с. 229], а Маркс — «товарный фетишизм».

Развивая аргументы Маркса и Энгельса, современные теоретики проводят мощную критику идеологии. Требор Шольц подвергает критике Web 2.0 как маркетинговую идеологию [37]. Эран Фишер, говоря о «новом духе сетей» (*new spirit of network*) [38; 39], утверждает, что Web 2.0 формирует дискурс, который легитимирует капитализм. Маркус Брин считает, что «цифровой детерминизм — это идеология, анонсирующая эпоху Интернет-капитализма» (*digital determinism is an ideology that shapes the age of Internet-capitalism*) [40, с. 657].

Американская исследовательница Дж. Дин применяет теорему товарного фетишизма Маркса к «интернет-фетишизму» [41]. Дин оспаривает тезис о том, что онлайн-политика имеет критическую ориентацию. Она, с точки зрения Дин, выполняет идеологическую функцию, закрепляя власть «коммуникативного капитализма» (*communicative capitalism*).

Поскольку коммуникативный капитализм поощряет «коммуникацию без коммуникативности» (*communication without communicability*), которая «часто идеологически ослепляет пользователей» (*frequently ideologically blinds users*), политизация сетей не является панацеей. За любой политизацией, указывает Дин, всегда стоят те силы, которым она выгодна [42].

10. *Автономизация искусства*. Согласно Марксу, искусство — это единственная сфера, где социальные противоречия получают творческое отражение, пластическое осмысление и диалектическое снятие. Искусство преодолевает отчуждение индивида и содействует самореализации личности.

В эпоху новых медиа марксистский поход к искусству становится актуальным по трем причинам. Во-первых, современное искусство практикует интерактивность, которая не только укрепляет связь между участниками творческого процесса, но и выступает способом преодоления отчуждения индивида.

Во-вторых, искусство апеллирует к виртуальной реальности, которая освобождает его от ограничений материального мира. Звуки, образы, тексты, созданные художником в киберпространстве, автономны, т. е. существуют не как обычные артефакты, а как квазифизические объекты.

Компьютерная графика и цифровое изображение возникают в поле восприятия пользователя только в момент запуска программы и исчезают из него в момент выхода из нее. Они не существуют как материальные предметы, а процессируются, т. е. каждый раз вызываются к жизни заново пользователем или программистом.

В-третьих, цифровое искусство ориентируется на перфекционизм — принципиальную незавершенность творческого процесса. Например, с помощью программ Adobe Photoshop Express, Paint.net, GIMP автор может модифицировать и улучшать фотоизображение до бесконечности.

Тот факт, что любой байт (созданного в текстовом или графическом редакторе файла) можно постоянно менять и совершенствовать, по сути, свидетельствует о кардинальном перевороте в мышлении, стирающем обычные границы между актуальным и потенциальным, реальным и возможным.

Виртуальная реальность дает человеку возможность воспринимать самого себя одновременно в нескольких местах — «здесь и там», «там и там». Подобная топика «разрушает» привычную материальную пространственно-временную структуру мира, порождая логические метаморфозы².

² Даже когда мы просто оперируем мышью, интерфейс компьютера очерчивает наше «двойное месторасположение» — реальное и, одновременно, воображаемое, — ибо оно указывает как реальные координаты в физическом мире, где находится наша рука, так и воображаемые координаты в виртуальном мире, где мы обозначаем свое намерение.

«Двойная топика» также свойственна и объектам. Работая в сети Интернет, мы открываем и просматриваем на дисплее своего ПК файлы, реально находящиеся на расстоянии сотен тысяч километров, «входя» в них так же легко и непринужденно, как в те, что хранятся на жестком диске собственного ПК.

Таким образом, происходящие в цифровой среде процессы пространственно-временного «распредмечивания» и «опредмечивания» информации знаменуют радикальный отход от прежней субъектно-объектной парадигмы мышления. Мир, в котором полюса *Я* и не-*Я* диалектически снимаются, репрезентирует совсем иную форму бытия.

Применяя марксистский подход к анализу искусства, медиатеоретики акцентируют амбивалентный характер современных арт-практик. С одной стороны, веб-арт, нет-арт и кибер-арт открывают большие возможности для творчества, а с другой стороны, полное погружение человека в виртуальный мир отдаляет его от общества, превращает в киберзомби³.

Энн-Софи Леманн пишет, что виртуальное искусство серьезно меняет мир культуры, трансформируя традиционные эстетические ценности. Пребывая вне всякой онтологии, физики, материи, оно, наконец, достигает полноты беспредметности. Это чревато тотальной распредметизацией искусства, дематериализацией его артефактов [46].

Джулиан Сталлабрас озабочен схематизацией виртуальной реальности, ее превращением в красивую декорацию для банальных сюжетов. В связи с этим он считает заботу о поддержании чистоты каналов эстетического восприятия одной из наиболее важных проблем, стоящих сегодня перед искусством [47].

11. Общественное достояние. По Марксу, общественное достояние — это ресурсы, которыми может пользоваться каждый член социума. В отличие от частной собственности, данные ресурсы принадлежат обществу (например, публичные библиотеки, национальные музеи, муниципальные художественные галереи).

К общественному достоянию Маркс относит также *знание* как продукт коллективного труда, приносящий обществу благополучие и процветание. Знание тесно связано с «духовным производством»: развитием философских идей, научных теорий и эстетических концепций [48, с. 280].

Сегодня понятие «общественное достояние» применяется к «информации, представленной в Интернете, которая коллективно создается, распространяется и присваивается в форме капитала любым членом общества» [34, с. 219; 49, с. 282]. Общественное достояние включает в себя электронные библиотеки, различные базы данных, сетевые ресурсы.

Ник Дайер-Уисфорд использует понятие общественного достояния как важный аргумент в критике приватизации сетевых ресурсов [50, с. 129–164]. Выступая против коммерциализации сетей, Р. Беттиг [51] и Д. Кидд [52] защищают право доступа каждого человека к «свободному и открытому программному обеспечению» (*Free and Open Source Software*) и файлообменникам (*Peer-to-Peer*).

Хотя юристы в сфере авторского права и интеллектуальной собственности настаивают на необходимости введения «электронного барьера» (*electronic frontier*) в виде паролей, регистрации, платного доступа к сетевым ресурсам, на самом деле, констатирует Дж. Линденшмидт, практика демонстрирует неэффективность таких мер [53, с. 5].

Несмотря на то, что полиция часто закрывает файлообменники по обвинению в нарушении авторских прав и электронном пиратстве, такие ресурсы в обществе чрезвычайно популярны и востребованы. До тех пор, пока на них есть широкий спрос, неизменно будет и предложение.

12. Публичная сфера. Для Маркса это область жизни общества, где разворачивается анализ социальных, политических, правовых и экономических проблем. Открытое обсуждение данных тем в СМИ (в XIX в. — в газетах и журналах, а сегодня — в Интернете и по телевидению) формирует общественное мнение.

Оригинальное понятие публичной сферы (*Öffentlichkeit*) предложил Ю. Хабермас в 1962 г. Опираясь на идеи Маркса, он показал, что позиция, которую выражает

³ Джей Дэвид Болтер, Ричард Грузин и Дайана Громала выражают опасение, что уход в рукотворный фантомный мир может превратиться в «новую наркоманию» [43; 44]. Стивен Уилсон приоткрывает оборотный лик виртуальной реальности, когда она становится для человека единственной реальностью [45].

общество, служит инструментом сопротивления диктату государства и выступает «демократическим заслоном против колонизирующего влияния системы на жизненный мир человека» [54, с. 444].

Сегодня понятие публичной сферы активно применяется не только к СМИ, но и к сетевым сообществам: Ц. Папачаризи говорит о «виртуальной сфере» [55], М. Постер — о «кибердемократии» [56], Л. Далберг — о «блоггер-сфере» [57], К. Спаркс [58] и П. Далгрэн [59] — о «медиафере».

13. Коммунизм. Согласно Марксу и Энгельсу, коммунизм — это высшая форма развития общества, которая обеспечивает самый лучший уровень жизни и гарантирует все социальные блага. Коммунизм обозначает общество, которое предполагает коллективное производство и коллективное использование производимых благ.

Цель коммунизма — свободное развитие каждого индивида и процветание общества в целом. Она реализуется путем создания нового типа производства, где частная собственность замещается коллективной. В результате возникают мощные индустриальные предприятия, растет производительность труда, повышается доход и уровень жизни граждан.

Соответственно, коммунизм «преодолевает отчуждение человека от созданных им материальных и духовных ценностей», «ликвидирует противоречие между социальными группами», «снимает оппозицию между городом и деревней», «стирает различие между интеллектуальным и физическим трудом» [60, с. 20; 61].

По мере разрешения основных конфликтов, предполагали Маркс и Энгельс, люди станут более открытыми друг к другу: «На место старого буржуазного общества с его классами и классовыми противоположностями приходит ассоциация, в которой свободное развитие каждого является условием свободного развития всех» [61, с. 447].

Идею коммунизма сегодня активно обсуждают медиатеоретики. Действительно, основное отличие марксистского интереса

к медиакommunikациям (а в современном варианте — к Интернету) от либеральных и реформистских вариаций на ту же тему — это тезис о том, что общее владение средствами производства (коммунизм) вытесняет капитализм.

Медиаспециалисты позиционируют Интернет как коллективное имущество, которым может пользоваться каждый человек для реализации своих задач. На этом основании К. Фукс говорит о «коммунистическом Интернете» [62], Н. Дайер-Уисфорд — о «коммунизме XXI столетия» [34, с. 4], Р. Барбрук — о «киберкоммунизме» [63], К. Пателис — о «публичной сетевой службе» (*public service net*), работающей по аналогии с почтовой [64, с. 99].

Таким образом, цитируемые исследования показывают, что идеи Маркса имеют ключевое значение для развития современной цивилизации. Многие теоретики солидарны в том, что наследие Маркса дает прекрасный инструмент для критического анализа цифровых систем и технологий.

В частности, Э. Финберг отмечает, что Маркс предлагает наиболее глубокий и всесторонний анализ СМИ и коммуникационных технологий в обществе [65, с. VII]. В свою очередь, Б. Сталь указывает, что Маркс стоял у истоков традиции критического изучения коммуникации (*Critical Communication Studies*) и критического исследования информационных систем (*Critical Information Systems Research*) [66, с. 10].

Как подчеркивает Р. В. МакЧесни, журналистская практика Маркса остается эталоном качественной работы в структуре СМИ [6, с. 53–55]. Эдвард С. Герман высоко оценивает марксистское обоснование связи капитала с развитием технологии [67]. Винсент Моско говорит, что именно Маркс инициировал то, что сегодня называют «политической экономией медиа» [68, с. 94].

Джералд Зуссман в статье, открывающей специальный выпуск журнала *Journal of Media Economics* на тему «Политическая экономика коммуникации», признает, что Маркс был одним из первых, кто доказал, что

транспорт, средства коммуникации и медиа образуют инфраструктуру, объединяющую общество, индустрию и капитал [69].

В завершение обзора можно заключить, что Маркс по сей день находится в фокусе интеллектуальной жизни Запада. Методология научного познания общества, которую предложил Маркс, применяется для анализа современной социальной онтологии, включая такие феномены, как глобализация, мировой экономический кризис и медиатехнологии.

Подчеркивая историчность всех явлений и тенденций, Маркс не экстраполирует выводы, сделанные относительно общества XIX в., на прошлое или будущее. Однако его замечания о логике развития капитализма, сущности товарного фетишизма, механизмах трансляции политической власти сохраняют актуальность и в XXI в.

Литература

1. *Jameson F.* Representing Capital: a commentary on volume one. London; N. Y.: Verso, 2011. 158 p.
2. *Hobsbawm E.* How to Change the World: Reflections on Marx and Marxism (1840–2011). New Haven, CT: Yale University Press, 2011. VIII, 470 p.
3. *Žižek S.* In Defense of Lost Causes. London: Verso, 2008. 544 p.
4. *Eagleton T.* Why Marx Was Right. New Haven, CT; London: Yale University Press, 2011. XVI, 272 p.
5. *Therborn G.* From Marxism to Post-Marxism? London; N. Y.: Verso, 2008. 207 p.
6. *McChesney R. W.* Communication Revolution. N. Y.: New Press, 2007. XVIII, 320 p.
7. *Garnham N.* Capitalism and Communication. London: SAGE, 1990. 224 p.
8. *Knoche M.* Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien // Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik / Hrsg.: P. Ahrweiler und B. Thoma. Münster: LIT, 2005. S. 100–105.
9. *Sim S.* Post-Marxism: An Intellectual History. London; N. Y.: Routledge, 2000. 198 p.
10. *Lovink G., Schultz P.* Aufruf zur Netzkritik // Netzkritik: Materialien zur Internet-Debatte. Berlin: Edition ID-Archiv, 1997. S. 5–14.
11. *Kellner D.* Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics between the Modern and the Postmodern. London: Routledge, 1995. 357 p.
12. *Heim M.* The cyberspace dialectic // The Digital Dialectic: New Essays on New Media / Ed.: P. Lunenfeld. Cambridge, MA: MIT Press, 1999. P. 24–45.
13. *Маркс К.* Капитал. Т. I. Кн. I. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. 565 с. (Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс; т. 23).
14. *Маркс К.* К критике политической экономии // Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Т. 13. М.: Государственное издательство политической литературы, 1959. С. 1–167.
15. *Schmiede R.* Knowledge, work and subject in informational capitalism // Social Informatics: An Information Society for All? In Remembrance of Rob Kung / Eds.: J. Berleur, M. Nurminen, J. Impagliazzo. N. Y.: Springer, 2006. P. 333–354.
16. *Graham P.* Hypercapitalism: New Media, Language, and Social Perceptions of Value. N. Y. et al.: Peter Lang, 2006. 202 p.
17. *Schiller D.* Digital Capitalism: Networking the Global Market System. Cambridge, MA: MIT Press, 2000. XVII, 320 p.
18. *Nakamura L.* Digitizing Race: Visual Cultures of the Internet. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 2007. 250 p. (Electronic Mediations).
19. *Fuchs C.* Internet and Society: Social Theory in the Information Age. N. Y.: Routledge, 2008. 408 p. (Routledge Research in Information Technology and Society Series, No. 8).
20. *Fernback J., Papacharissi Z.* Online privacy as legal safeguard: the relationship among consumer, online portal, and privacy policies // New Media & Society. 2007. Vol. 9, No. 5. P. 715–734. <https://doi.org/10.1177/1461444807080336>
21. *Маркс К.* Письмо к И. Вейдермайеру (5 марта 1852 г.) // Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Т. 28. М.: Государственное издательство политической литературы, 1962. С. 422–428.
22. *Fuchs C.* Labor in informational capitalism // The Information Society. 2010. Vol. 26, No. 3. P. 179–196.
23. *Andrejevic M.* The work of being watched: interactive media and the exploitation of self-disclosure // Critical Studies in Media Communication. 2002. Vol. 19, No. 2. P. 230–248. <https://doi.org/10.1080/07393180216561>
24. *Huws U.* The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World / Forew.: C. Leys. N. Y.: Monthly Review, 2003. 208 p.
25. *Nakamura L.* Don't hate the player, hate the game: the racialization of labor in World of Warcraft // Critical Studies in Media Communication. 2009. Vol. 26, No. 2. P. 128–144. <https://doi.org/10.1080/15295030902860252>
26. *Dyer-Witheford N., De Peuter G.* Games of Empire: Global Capitalism and Video Games. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 2009. 336 p. (Electronic Mediations; vol. 29).
27. *Маркс К.* Экономическая рукопись 1861–1863 годов. Отдел I. Процесс производства капитала // Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Т. 47. М.: Государственное издательство политической литературы, 1973. С. 3–612.
28. *Beller J.* The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle. Lebanon, NH: Dartmouth College Press, 2006. 352 p. (Interfaces: Studies in Visual Culture).
29. *Qiu J. L.* Working-Class Network Society: Communication Technology and the Information Have-Less in Urban China. Cambridge, MA: MIT Press, 2009. 320 p.
30. *Hardt M., Negri A.* Empire. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2001. 478 p.

31. **Kellner D.** Theorizing globalization // *Sociological Theory*. 2002. Vol. 20, No. 3. P. 285—305. <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00165>
32. **Harvey D.** The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change. Oxford: Blackwell, 1992. 378 p.
33. **Webster F.** Theories of the Information Society. N. Y.: Routledge, 2002. 312 p. (The International Library of Sociology).
34. **Dyer-Witheford N.** Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High Technology Capitalism. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1999. 360 p.
35. **Negri A.** The Specter's Smile // Ghostly Demarcations: A Symposium on Jacques Derrida's *Specters of Marx* / Ed.: M. Springer. London; N. Y.: Verso, 1999. P. 5—16.
36. **Энгельс Ф.** Письмо Францу Мерингу 14 июля 1893 г. // Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Т. 29. М.: Государственное издательство политической литературы, 1962. С. 227—231.
37. **Scholz T.** Market ideology and the myths of Web 2.0 // *First Monday*. 2008. Vol. 13, No. 3. P. 3—18. <https://doi.org/10.5210/fm.v13i3.2138>
38. **Fisher E.** Contemporary technology discourse and the legitimization of capitalism // *European Journal of Social Theory*. 2010. Vol. 13, No. 2. P. 229—252. <https://doi.org/10.1177/1368431010362289>
39. **Fisher E.** Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. XII, 259 p. <https://doi.org/10.1057/9780230106062>
40. **Breen M.** Digital determinism: culture industries in the USA-Australia Free Trade Agreement // *New Media & Society*. 2010. Vol. 12, No. 4. P. 657—676. <https://doi.org/10.1177/1461444809342774>
41. **Dean J.** Communicative capitalism: circulation and the foreclosure of politics // *Cultural Politics*. 2005. Vol. 1, No. 1. P. 51—74. <https://doi.org/10.2752/174321905778054845>
42. **Dean J.** The networked empire: communicative capitalism and the hope for politics // *Empire's New Clothes: Reading Hardt and Negri* / Eds.: P. A. Passavant, J. Dean. N. Y.; London: Routledge, 2004. P. 265—288.
43. **Bolter J. D., Grusin R.** Remediation: Understanding New Media. Cambridge, MA: MIT Press, 2000. 312 p.
44. **Bolter J. D., Gromala D.** Windows and Mirrors: Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency. Cambridge, MA: MIT Press, 2003. 194 p. (Leonardo).
45. **Wilson S.** Information Arts: Intersection of Art, Science and Technology. Cambridge, MA; London: MIT Press, 2003. 970 p. (Leonardo).
46. **Lehmann A.-S.** Invisible work: the representation of artistic practice in digital visual culture // *Digital Visual Culture: Theory and Practice* / Eds.: A. Bentkowska-Kafel, T. Cashen, H. Gardiner. Bristol; Chicago: Intellect, 2009. P. 33—48.
47. **Stallabrass J.** Internet Art: The Online Clash of Culture and Commerce. London: Tate, 2003. 168 p.
48. **Маркс К.** Теории прибавочной стоимости (Том IV Капитала) // Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Т. 26. Ч. 1. М.: Государственное издательство политической литературы, 1962. С. 3—354.
49. **Hardt M., Negri A.** Commonwealth. Cambridge, MA: Belknap Press, 2009. 448 p.
50. **Dyer-Witheford N.** E-Capital and the many-headed hydra // *Critical Perspectives on the Internet* / Ed.: G. Elmer. Lanham, MD et al.: Rowman & Littlefield, 2002. P. 129—164.
51. **Bettig R. V.** The enclosure of cyberspace // *Critical Studies in Mass Communication*. 1997. Vol. 14, No. 2. P. 138—157. <https://doi.org/10.1080/15295039709367004>
52. **Kidd D.** Indymedia.org: a new communications commons // *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice* / Eds.: M. McCaughey, M. Ayers. N. Y.: Routledge, 2003. P. 47—70.
53. **Lindenschmidt J. W.** From virtual commons to virtual enclosures: revolution and counter-revolution in the Information Age // *The Commoner*: [Web]. 9 (2004). URL: <http://www.commoner.org.uk/09lindenschmidt.pdf> (accessed: 10.03.2019).
54. **Habermas J.** Further Reflections on the Public Sphere / Transl.: Th. Burger // *Habermas and the Public Sphere* / Ed.: C. Calhoun. Cambridge, MA: MIT Press, 1992. P. 421—461.
55. **Papacharissi Z.** The virtual sphere: the Internet as a public sphere // *New Media & Society*. 2002. Vol. 4, No. 1. P. 9—27. <https://doi.org/10.1177/1461444022226244>
56. **Poster M.** Cyberdemocracy: The Internet and the public sphere // *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace* / Ed.: D. Holmes. London; Thousand Oaks; New Delhi: SAGE, 1997. P. 221—229.
57. **Dahlberg L.** Net-public sphere research: beyond the “first phase” // *Javnost — The Public*. 2004. Vol. 11, No. 1. P. 27—43. <https://doi.org/10.1080/13183222.2004.11008845>
58. **Sparks C.** The Internet and the global public sphere // *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy* / Eds.: W. L. Bennett, R. M. Entman. N. Y.: Cambridge University Press, 2001. P. 75—96.
59. **Dahlgren P.** The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation // *Political Communication*. 2005. Vol. 22, No. 2. P. 147—162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
60. **Маркс К.** Критика Готской программы // Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Т. 19. М.: Государственное издательство политической литературы, 1961. С. 9—31.
61. **Маркс К., Энгельс Ф.** Манифест Коммунистической партии // Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. 2-е изд. Т. 4. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. С. 419—459.
62. **Fuchs C.** Foundations of Critical Media and Information Studies. N. Y.: Routledge, 2011. XXVI, 384 p. (Routledge Advances in Sociology).
63. **Barbrook R.** Imaginary Futures: from Thinking Machines to the Global Village. London: Pluto Press, 2007. 334 p.
64. **Patelis K.** The political economy of the Internet // *Media Organizations in Society* / Ed.: J. Curran. London: Hodder Education, 2000. P. 84—106. (Hodder Arnold Publication).
65. **Feenberg A.** Transforming Technology: A Critical Theory Revisited. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2002. XI, 232 p.

66. Stahl B. C. Information Systems: Critical Perspectives. London; N. Y.: Routledge, 2008. 245 p.
67. Herman E. S. The reopening of Marx's system // New Politics. 1998. Vol. 6, No. 4. P. 131—135.
68. Mosco V. The Political Economy of Communication. 2nd ed. London; Los Angeles et al.: SAGE, 2009. 268 p.
69. Sussman G. Special issue on the Political Economy of Communications // Journal of Media Economics. 1999. Vol. 12, No. 2. P. 85—87. https://doi.org/10.1207/s15327736me1202_1
70. Boomen M. van den, Schäfer M. T. Will the revolution be open-sourced? How open source travels through society // How Open is the Future?: Economic, Social and Cultural Scenarios inspired by Free and Open-Source Software / Eds.: M. Wynants, Y. Cornelis. Brussels: VUB University Press, 2005. P. 31—68.
71. Fuchs C. A contribution to the critique of the political economy of transnational informational capitalism // Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society. 2009. Vol. 21, No. 3. P. 387—402. <https://doi.org/10.1080/08935690902955104>
72. Jones B. Computer imagery: imitation and representation of realities // Leonardo: Journal of the International Society of Arts, Science and Technology. 1989. Suppl. Issue. P. 31—38.
73. Mozkowiec J. To infinity and beyond: assessing the technological imperative in computer animation // Screen. 2002. Vol. 43, No. 3. P. 293—314. <https://doi.org/10.1093/screen/43.3.293>

Поступил 17.02.2019

Азарова Юлия Олеговна — кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры теоретической и практической философии Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина (61077, Украина, г. Харьков, пл. Свободы, д. 4), azarova.yulia2017@gmail.com

References

1. Jameson F. *Representing Capital: a Commentary on Volume One*. London, N. Y., Verso, 2011. 158 p.
2. Hobsbawm E. *How to Change the World: Reflections on Marx and Marxism (1840—2011)*. New Haven, CT, Yale University Press, 2011. viii, 470 p.
3. Žižek S. *In Defense of Lost Causes*. London, Verso, 2008. 544 p.
4. Eagleton T. *Why Marx Was Right*. New Haven, CT, London, Yale University Press, 2011. xvi, 272 p.
5. Therborn G. *From Marxism to Post-Marxism?* London, N. Y., Verso, 2008. 207 p.
6. McChesney R. W. *Communication Revolution*. N. Y., New Press, 2007. xviii, 320 p.
7. Garnham N. *Capitalism and Communication*. London, SAGE, 1990. 224 p.
8. Knoche M. „Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien“. *Internationale partizipatorische Kommunikationspolitik*, Hrsg.: P. Ahrweiler und B. Thoma, Münster, LIT, 2005, S. 100—105.
9. Sim S. *Post-Marxism: An Intellectual History*. London, N. Y., Routledge, 2000. 198 p.
10. Lovink G., Schultz P. „Aufruf zur Netzkritik“. *Netzkritik: Materialien zur Internet-Debatte*, Berlin, Edition ID-Archiv, 1997, S. 5—14.
11. Kellner D. *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics between the Modern and the Postmodern*. London, Routledge, 1995. 357 p.
12. Heim M. “The Cyberspace Dialectic”. *The Digital Dialectic: New Essays on New Media*, Ed.: P. Lunenfeld, Cambridge, MA, MIT Press, 1999, pp. 24—45.
13. Marks K. (Marx K.) *Kapital. T. I. Kn. 1* (Capital. Vol. 1, Book 1), M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1960, 565 p., Sochineniya, K. Marks (K. Marx), F. Engels, v. 23.
14. Marks K. (Marx K.) “K kritike politicheskoi ekonomii” (A Critique of Political Economy). *Sochineniya, K. Marks (K. Marx), F. Engels*, 2-e izd., T. 13, M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1959, pp. 1—167.
15. Schmiede R. “Knowledge, Work and Subject in Informational Capitalism”. *Social Informatics: An Information Society for All? In Remembrance of Rob Kung*, Eds.: J. Berleur, M. Nurminen, J. Impagliazzo, N. Y., Springer, 2006, pp. 333—354.
16. Graham P. *Hypercapitalism: New Media, Language, and Social Perceptions of Value*. N. Y. et al., Peter Lang, 2006. 202 p.
17. Schiller D. *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge, MA, MIT Press, 2000. xvii, 320 p.
18. Nakamura L. *Digitizing Race: Visual Cultures of the Internet*. Minneapolis, MN, University of Minnesota Press, 2007. 250 p. Electronic Mediations.
19. Fuchs C. *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. N. Y., Routledge, 2008. 408 p. Routledge Research in Information Technology and Society Series, No. 8.
20. Fernback J., Papacharissi Z. “Online Privacy as Legal Safeguard: the Relationship among Consumer, Online Portal, and Privacy Policies”. *New Media & Society*, 2007, vol. 9, no. 5, pp. 715—734, <https://doi.org/10.1177/1461444807080336>
21. Marks K. (Marx K.) “Pis'mo k I. Veidermaieru (5 marta 1852 g.)” (Letter to J. Weydemeyer, March 5, 1852). *Sochineniya, K. Marks (K. Marx), F. Engels*, 2-e izd., T. 28, M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1962, pp. 422—428.
22. Fuchs C. “Labor in Informational Capitalism”. *The Information Society*, 2010, vol. 26, no. 3, pp. 179—196.
23. Andrejevic M. “The Work of Being Watched: Interactive Media and the Exploitation of Self-Disclosure”. *Critical Studies in Media Communication*, 2002, vol. 19, no. 2, pp. 230—248, <https://doi.org/10.1080/07393180216561>
24. Huws U., and C. Leys (forew.). *The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World*. N. Y., Monthly Review, 2003. 208 p.
25. Nakamura L. “Don't Hate the Player, Hate the Game: the Racialization of Labor in World of Warcraft”. *Critical Studies in Media Communication*, 2009, vol. 26, no. 2, pp. 128—144, <https://doi.org/10.1080/15295030902860252>
26. Dyer-Witheford N., De Peuter G. *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis, MN, University of Minnesota Press, 2009, 336 p. Electronic Mediations, vol. 29.

27. Marks K. (Marx K.) "Ekonomicheskaya rukopis' 1861—1863 godov. Otdel I. Protsess proizvodstva kapitala" (1861—1863 Economic Manuscript. Div. 1. Capital Production Process). *Sochineniya*, K. Marks (K. Marx), F. Engels, 2-e izd., T. 47, M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1973, pp. 3—612.
28. Beller J. *The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle*. Lebanon, NH, Dartmouth College Press, 2006. 352 p. Interfaces: Studies in Visual Culture.
29. Qiu J. L. *Working-Class Network Society: Communication Technology and the Information Have-Less in Urban China*. Cambridge, MA, MIT Press, 2009. 320 p.
30. Hardt M., Negri A. *Empire*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 2001. 478 p.
31. Kellner D. "Theorizing Globalization". *Sociological Theory*, 2002, vol. 20, no. 3, pp. 285—305, <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00165>
32. Harvey D. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford, Blackwell, 1992. 378 p.
33. Webster F. *Theories of the Information Society*. N. Y., Routledge, 2002. 312 p. The International Library of Sociology.
34. Dyer-Witheford N. *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High Technology Capitalism*. Urbana, IL, University of Illinois Press, 1999. 360 p.
35. Negri A. "The Specter's Smile". *Ghostly Demarcations: A Symposium on Jacques Derrida's Specters of Marx*, Ed.: M. Sprinker, London, N. Y., Verso, 1999, pp. 5—16.
36. Engels F. "Pis'mo Frantsu Meringu 14 iyulya 1893 g." (Letter to Franz Mehring, April 11, 1893). *Sochineniya*, K. Marks (K. Marx), F. Engels, 2-e izd., T. 29, M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1962, pp. 227—231.
37. Scholz T. "Market Ideology and the Myths of Web 2.0". *First Monday*, 2008, vol. 13, no. 3, pp. 3—18, <https://doi.org/10.5210/fm.v13i3.2138>
38. Fisher E. "Contemporary Technology Discourse and the Legitimation of Capitalism". *European Journal of Social Theory*, 2010, vol. 13, no. 2, pp. 229—252, <https://doi.org/10.1177/1368431010362289>
39. Fisher E. *Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks*. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010. xii, 259 p. <https://doi.org/10.1057/9780230106062>
40. Breen M. "Digital Determinism: Culture Industries in the USA-Australia Free Trade Agreement". *New Media & Society*, 2010, vol. 12, no. 4, pp. 657—676, <https://doi.org/10.1177/1461444809342774>
41. Dean J. "Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics". *Cultural Politics*, 2005, vol. 1, no. 1, pp. 51—74, <https://doi.org/10.2752/174321905778054845>
42. Dean J. "The Networked Empire: Communicative Capitalism and the Hope for Politics". *Empire's New Clothes: Reading Hardt and Negri*, Eds.: P. A. Passavant, J. Dean, N. Y., London, Routledge, 2004, pp. 265—288.
43. Bolter J. D., Grusin R. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA, MIT Press, 2000. 312 p.
44. Bolter J. D., Gromala D. *Windows and Mirrors: Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency*. Cambridge, MA, MIT Press, 2003. 194 p. Leonardo.
45. Wilson S. *Information Arts: Intersection of Art, Science and Technology*. Cambridge, MA, London, MIT Press, 2003. 970 p. Leonardo.
46. Lehmann A.-S. "Invisible Work: The Representation of Artistic Practice in Digital Visual Culture". *Digital Visual Culture: Theory and Practice*, Eds.: A. Bentkowska-Kafel, T. Cashen, H. Gardiner, Bristol, Chicago, Intellect, 2009, pp. 33—48.
47. Stallabrass J. *Internet Art: The Online Clash of Culture and Commerce*. London, Tate, 2003. 168 p.
48. Marks K. "Teorii pribavochnoi stoimosti (Tom IV Kapitala)" (Theories of Surplus Value (Capital Volume 4)). *Sochineniya*, K. Marks (K. Marx), F. Engels, 2-e izd., T. 26, Ch. 1, M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1962, pp. 3—354.
49. Hardt M., Negri A. *Commonwealth*. Cambridge, MA, Belknap Press, 2009. 448 p.
50. Dyer-Witheford N. "E-Capital and the Many-Headed Hydra". *Critical Perspectives on the Internet*, Ed.: G. Elmer, Lanham, MD et al., Rowman & Littlefield, 2002, pp. 129—164.
51. Bettig R. V. "The Enclosure of Cyberspace". *Critical Studies in Mass Communication*, 1997, vol. 14, no. 2, pp. 138—157, <https://doi.org/10.1080/15295039709367004>
52. Kidd D. "Indymedia.org: a New Communications Commons". *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*, Eds.: M. McCaughey, M. Ayers, N. Y., Routledge, 2003, pp. 47—70.
53. Lindenschmidt J. W. "From Virtual Commons to Virtual Enclosures: Revolution and Counter-Revolution in the Information Age". *The Commoner* 9 (2004). Web. 10 Mar. 2019. <<http://www.commoner.org.uk/09lindenschmidt.pdf>>.
54. Habermas J., and Th. Burger (transl.). "Further Reflections on the Public Sphere". *Habermas and the Public Sphere*, Ed.: C. Calhoun, Cambridge, MA, MIT Press, 1992, pp. 421—461.
55. Papacharissi Z. "The Virtual Sphere: the Internet as a Public Sphere". *New Media & Society*, 2002, vol. 4, no. 1, pp. 9—27, <https://doi.org/10.1177/1461444022226244>
56. Poster M. "Cyberdemocracy: The Internet and the Public Sphere". *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace*, Ed.: D. Holmes, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE, 1997, pp. 221—229.
57. Dahlberg L. "Net-Public Sphere Research: Beyond the 'First Phase' ". *Javnost — The Public*, 2004, vol. 11, no. 1, pp. 27—43, <https://doi.org/10.1080/13183222.2004.11008845>
58. Sparks C. "The Internet and the Global Public Sphere". *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Eds.: W. L. Bennett, R. M. Entman, N. Y., Cambridge University Press, 2001, pp. 75—96.
59. Dahlgren P. "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation". *Political Communication*, 2005, vol. 22, no. 2, pp. 147—162, <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
60. Marks K. (Marx K.) "Kritika Gotskoi programmy" (Critique of the Gotha Programme). *Sochineniya*, K. Marks (K. Marx), F. Engels, 2-e izd., T. 19, M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1961, pp. 9—31.
61. Marks K. (Marx K.), Engels F. "Manifest Kommunisticheskoi partii" (The Communist Manifesto). *Sochineniya*, K. Marks (K. Marx), F. Engels, 2-e izd., T. 4,

M., Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1955, pp. 419—459.

62. Fuchs C. *Foundations of Critical Media and Information Studies*. N. Y., Routledge, 2011. xxvi, 384 p. Routledge Advances in Sociology.

63. Barbrook R. *Imaginary Futures: from Thinking Machines to the Global Village*. London, Pluto Press, 2007. 334 p.

64. Patelis K. "The Political Economy of the Internet". *Media Organizations in Society*, Ed.: J. Curran, London, Hodder Education, 2000, pp. 84—106. Hodder Arnold Publication.

65. Feenberg A. *Transforming Technology: A Critical Theory Revisited*. 2nd ed., Oxford, Oxford University Press, 2002. xi, 232 p.

66. Stahl B. C. *Information Systems: Critical Perspectives*. London, N. Y., Routledge, 2008. 245 p.

67. Herman E. S. "The Reopening of Marx's System". *New Politics*, 1998, vol. 6, no. 4, pp. 131—135.

68. Mosco V. *The Political Economy of Communication*. 2nd ed., London, Los Angeles et al., SAGE, 2009. 268 p.

69. Sussman G. "Special Issue on the Political Economy of Communications". *Journal of Media Economics*, 1999, vol. 12, no. 2, pp. 85—87, https://doi.org/10.1207/s15327736me1202_1

70. Boomen M. van den, Schäfer M. T. "Will the Revolution Be Open-Sourced? How Open Source Travels through Society". *How Open is the Future?: Economic,*

Social and Cultural Scenarios inspired by Free and Open-Source Software, Eds.: M. Wynants, Y. Cornelis, Brussels, VUB University Press, 2005, pp. 31—68.

71. Fuchs C. "A Contribution to the Critique of the Political Economy of Transnational Informational Capitalism". *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, 2009, vol. 21, no. 3, pp. 387—402, <https://doi.org/10.1080/08935690902955104>

72. Jones B. "Computer Imagery: Imitation and Representation of Realities". *Leonardo: Journal of the International Society of Arts, Science and Technology*, 1989, suppl. issue, pp. 31—38.

73. Mozkowicz J. "To Infinity and Beyond: Assessing the Technological Imperative in Computer Animation". *Screen*, 2002, vol. 43, no. 3, pp. 293—314, <https://doi.org/10.1093/screen/43.3.293>

Submitted 17.02.2019

Azarova Yulia O., Cand. Sci. (Philosophy), Associate Professor, associate professor at Theoretical and Practical Philosophy Department, V. N. Karazin Kharkiv National University (4, Svobody square, Kharkiv, 61077, Ukraine), azarova.yulia2017@gmail.com